

Entrée en Master professionnel 2^e année

année universitaire 2011-2012

Communication des Entreprises et des Institutions - Management de la communication - Marketing, Publicité et Communication - Médias et Communication - Ressources Humaines et Communication

Le CELSA accueille en 2^e année de master professionnel des étudiants ayant suivi avec succès 4 années d'études supérieures. Le Master professionnel « sanctionne une formation de type professionnalisé, préparant directement à la vie professionnelle ».

Les candidats s'inscrivent dans l'une des spécialités suivantes en indiquant leur préférence pour l'une des options :

- *Communication des entreprises et des institutions :*

- Communication des entreprises et des organisations internationales
- Communication politique et des institutions publiques
- Risques, opinion et stratégies de communication (en apprentissage)

- *Management de la Communication :*

- Management de la communication
- Management de la communication (en apprentissage)

- *Médias et Communication :*

- Médias informatisés et stratégies de communication
- Communication, marketing et management des médias
- Communication et technologie numérique (EMA/CELSA)

- *Marketing, publicité et communication :*

- Communication stratégique et marketing
- Stratégie de marque et branding
- Stratégie de marque et branding (en apprentissage)

- *Ressources humaines et communication :*

- Ressources humaines et communication
- Ressources humaines et communication (en apprentissage)

Le processus de sélection tend à apprécier la réflexion et les qualités rédactionnelles des candidats, à vérifier leur culture générale et leurs connaissances de base dans la spécialité et à tester leurs motivations pour l'orientation choisie.

Il leur est donc conseillé de compléter leurs connaissances du domaine par des lectures, des entretiens

avec des professionnels et/ou des stages. Ces derniers permettent de s'initier à la réalité professionnelle et constituent un « plus » indiscutable.

Conditions d'inscription

Les étudiants ayant suivi **avec succès** un cycle de quatre années d'études supérieures, dans un établissement public ou privé, français ou étranger, 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 (DEL F niveau B2, DAL F niveau C1 ou C2, TEF niveau 4 ou TCF, ou encore SELFEE...)

Les candidats ne peuvent se présenter qu'à une seule option dans une seule spécialité. Toutefois, lors de l'audition en commission d'admission, le jury peut envisager avec le candidat une réorientation vers l'autre option de la même spécialité.

Il n'y a pas de limite d'âge. Les salariés ayant exercé une activité professionnelle dans le champ pendant au moins un an, peuvent candidater dans le master 2, en reprise d'études (cf. site rubrique formation continue).

Processus d'admission

1. Épreuve écrite d'admissibilité

L'épreuve écrite d'admissibilité, qui précède l'épreuve orale d'admission, vise à vérifier l'acquisition des connaissances de base dans la spécialité et à apprécier la réflexion et les qualités rédactionnelles des candidats.

Analyse de dossier (4 heures)

Cette épreuve vise à mettre en évidence l'intérêt et la curiosité des candidats pour l'actualité d'une profession et de ses champs d'action.

Elle permet également de s'assurer des capacités d'analyse, de réflexion critique et de synthèse des candidats et d'évaluer leurs qualités rédactionnelles et leur aptitude à soutenir une argumentation.

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

Il est demandé aux candidats, à partir d'un dossier composé de coupures de presse, de rapports ou d'extraits d'ouvrages, de répondre de façon très précise à deux questions posées dans deux développements structurés et argumentés appuyés sur les éléments du dossier.

Les candidats devront faire appel non seulement aux éléments contenus dans le dossier, mais également à leurs connaissances sur le sujet.

L'épreuve d'analyse de dossier est organisée dans le cadre des spécialités, elle est donc, le plus souvent, commune aux deux options du Master professionnel d'une même spécialité.

2. Épreuve orale d'admission

Les candidats déclarés admissibles se présentent aux entretiens devant la commission d'admission correspondant à l'option choisie.

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 aussi bien les connaissances et la culture générale que les motivations et le projet professionnel du candidat.

Selon les options des exigences particulières de pré-requis peuvent être formulées. Ainsi pour l'option **Communication des entreprises et des organisations internationales**, l'entretien est mené alternativement en **français et en anglais**. En ce qui concerne les options en apprentissage, il sera demandé aux candidats de défendre leur projet professionnel en exposant de façon très précise leurs orientations (secteurs, métier envisagé...)

3. Proclamation des résultats

L'ensemble des résultats -écrits et oraux- est transmis au jury d'admission qui arrête, en fonction de la note obtenue à l'oral et des places disponibles (20 maximum par option), la liste des candidats admis, éventuellement complétée par une liste d'attente. Les résultats sont proclamés par option.

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 complétera 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

Communication des entreprises et des institutions

Ouvrages communs aux deux options Communication des entreprises et des organisations internationales et Communication politique et des institutions publiques.

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

ALMEIDA (Nicole d'). - *Les promesses de la communication*. - Paris : PUF, 2001. - 264 p.

BALLE (Francis). - *Médias et sociétés : presse, édition, cinéma, radio, télévision, internet, CD-ROM, DVD*. - Paris : Montchrestien, 13^e édition 2007. - 894 p.

BEAUDOIN (Jean-Pierre). - *Etre à l'écoute du risque d'opinion*. - Paris : éd. d'organisation, 2001. - 205 p.

BEAUDOIN (Jean-Pierre). - *L'opinion, c'est combien ?* - Paris : éd. d'organisation, 2007. - 205 p.

BOUVIER (Nicolas). - « *Lobbying mondial ou lobbying local ?* » in : *Lobbying, portraits croisés*. Pour en finir avec les idées reçues, Viviane de Beaufort Dir., Paris : éd. Autrement, 2008.- 280 p.

BRETON (Philippe) et PROUX (Serge). - *L'expérience de la communication à l'aube du XXI^e siècle* - Paris : La Découverte, collection Sciences et société, 2002

JEANNERET (Yves). - *Y a-t-il (vraiment) des nouvelles technologies de l'information*, 2^e édition.- Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, coll. « Savoirs mieux » 2007.- 200 p.

NEVEU (Erik). - *Une société de communication ?*- Paris : Montchrestien, 2006. - 160 p.

Revues

Communication et Organisations

Communication et Langages

L'Expression d'Entreprise

Sciences humaines

L'Europe en perspective

Adresses des associations représentatives

Syntec RP, 3 rue Léon Bonnat, 75016 Paris. Site internet : www.syntec-rp.com

Union des Journaux et Journalistes d'Entreprises de France (UJJEF), 420 rue Saint Honoré, 75008 Paris.

Union des Annonceurs (UDA), 53 avenue Victor-Hugo, 75116 Paris.

Association Française de Communication interne (AFCI), 108 bd Gallieni, 92130 Issy-les-Moulineaux.

CNFPT (Centre National de la Fonction Publique Territoriale), 179 rue de Charonne, 75011 Paris.

Ouvrages spécifiques à l'option Communication des entreprises et des organisations internationales

AZOULAY (David). - *Le marketing au quotidien*. - *Studyrama*, 2009.- 16 p.

BILLIET (Stéphane). - *Les relations publiques*. - Paris : éd Dunod, 2010. - 240 p.

BOUVIER (Nicolas). - « *Lobbying mondial ou lobbying local ?* », in : *Lobbying, portraits croisés. Pour en finir avec les idées reçues*, Viviane de Beaufort Dir. - Paris : éditions Autrement, 2008

DEVIN (Guillaume). - *Faire la paix. La part des organisations internationales*. - Paris : Presses de Sciences Po, 2006.- 272 p.

FORET (François). - *Légitimer l'Europe. Pouvoir et symbolique à l'ère de la gouvernance*, Paris : Presses de Sciences Po, 2008. - 290 p.

FRASER (Matthew). - *Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life*. - *Work and World*, Wiley, UK, 2008

FRASER (Matthew) « *Facebook & Foucault; Surveillance and Power* », In : *Facebook & Philosophy*, Dylan Wittkower Dir., Open Court Publishing, Chicago, 2010

LIBAERT (Thierry). - *Les tableaux de bord de la communication*. - Paris : Dunod, 2006.- 245 p.

MEFAPOULOS (Paolo). - *Development Communication Sourcebook. Broadening the Boundaries of Communication*. - The World Bank, 2008

TIXIER (Maud). - *Communiquer sur le Développement Durable: Enjeux et Impacts pour l'Entreprise*. - Paris : Broché, 2005. 356 p.

Revue : *Communication et langages, Hermès, Annuaire Français de relations internationales* (rubrique « médias »), *La société de l'information*. Glossaire critique, (publication collective), Commission française pour l'UNESCO, Paris, Documentation française, 2006

Publications professionnelles : *Stratégies, CB News*

Ouvrages spécifiques à l'option Communication politique et des institutions publiques

CHARAUDEAU (Patrick). - *Le discours politique : les masques du pouvoir*. - Paris : Vuibert, 2005. - 255 p.

COTTERET (Jean-Marie). - *Gouverner, c'est paraître*. - Paris : PUF, 2002. - 185 p.

DELPORTE (Christian). - *La France dans les yeux. Une histoire de la communication politique de 1930 à nos jours*. - Paris : Flammarion, 2007. 490 p.

MAAREK (Philippe). - *Communication et marketing de l'homme politique*. - 3^e éd. - Paris : Litec, 2007. - 466p.

PAGÈS (Dominique), PELISSIER (Nicolas) (Dir.). - *Territoires sous influence. vol. 1*. - Paris : L'Harmattan, 2000. - 191 p. - (Coll. Communication et civilisation).

PAGÈS (Dominique), PELISSIER (Nicolas) (Dir.). - *Territoires sous influence. vol. 2*. - Paris : L'Harmattan, 2001. - 344 p. - (Coll. Communication et civilisation)

ZEMOR (Pierre). - *La communication publique*. - Paris : PUF, 2005. - 127 p.

« *Communication et politique* » in *Hermès* n° 17-18, 1995.

Ouvrages spécifiques à l'option Risques Opinion et Stratégies de communication

BAUDRILLARD (Jean). - *L'Echange impossible*. - Paris : Galilée, 1999. - 189p.

BECK (Ulrich). - *La Société du risque. Vers une nouvelle modernité*. - Paris : Flammarion, 2001.521p.

BURTON-JEANGROS (C), GROSSE (C) et NOVEMBER (V). Dir. *Face au Risque*, L'Equinoxe, Coll. Sciences humaines ; Georg Editeur, Genève : 2007. - 256p.

GAUCHET (Marcel). - *La démocratie contre elle-même*. - Paris : Gallimard, 2002. - 385 p.

HABERMAS (Jürgen). - *L'avenir de la nature humaine*. - Paris : Gallimard, 2002. - 180 p.

LIBAERT (Thierry). - *Communiquer dans un monde incertain*. - Paris : village mondial, 2009. - 229 p.

PERETTI-WATEL (Patrick). - *La Société du risque*. - Paris : La Découverte, 2001.- 123 p

Revue *Esprit* et *Le Débat* ; *Quaderni* (exemple : n° 70, automne 2009 , « *Think tanks, experts et pouvoirs* », n° spécial).

www.communication-sensible.com, www.iris.org (site de l'IRIS) ;

www.huyghe.fr (spécialiste de l'info stratégie)

Management de la Communication

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

BERNOUX (Philippe), *La sociologie des organisations*, Le Seuil, 2009.

BRETON (Philippe) et PROULX (Serge). - *L'explosion de la communication : introduction aux théories et pratiques de la communication*. - Paris : La Découverte, 2006.- 382 p. (Grands Repères- Manuels)

BOUGNOUX (Daniel). - *Introduction aux sciences de la communication*. - Paris : La Découverte, 2002. - 128 p. - (coll. Repères n° 245.)

DOUEIHI (Milad). - *La grande conversion numérique*. - Ed. du Seuil, DL 2008. - 271 p.

HERPIN (Nicolas). - *Sociologie de la consommation*. - Paris : La Découverte, 2004. 121 p.

LEWI (Georges). - *Les marques, mythologie du quotidien*.- Paris : Village mondial, 2003. - 272 p.

LIBAERT (Thierry). - *Introduction à la communication*. - Dunod, impr. 2009. - 122 p.

LINHART (Danièle) et MAUCHAMD (Nelly) - *Le travail*. - Paris : Le Cavalier Bleu, Coll. Idées reçues, 2009. - 128 p.

MAILLET (Thierry). - *Le marketing et son histoire ou le mythe de Sisyphe réinventé*. - Paris : Editions Pocket (coll. Pocket Agora), 2010, 379 p.

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

MATTELART (Armand). - *La mondialisation de la communication*. - Presses Universitaires de France, impr. 2008. - 126 p.

MATTELART (Armand). - *La publicité*. - Paris : La Découverte, 1994. - 125 p.

Neveu (Erik). - *Une société de communication ?* - Paris : Montchrestien, 2006. - 160 p.

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

Revue à consulter :

- Communication & langages
- Sciences Humaines

Marketing, publicité et communication

Ouvrages communs aux trois options Communication stratégique et marketing, stratégies de marque et branding (classique et en apprentissage)

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

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

BAYNAST (Arnaud de), LENDREVIE (Jacques). - *Publicitor : de la publicité à la communication intégrée*. - Paris : Dalloz, 2004. - 651 p.

BOUGNOUX (Daniel). - *Introduction aux sciences de la communication*. - Paris : La Découverte, 2002. - 128 p. - (coll. Repères n° 245.)

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

HERPIN (Nicolas). - *Sociologie de la communication*. - Paris : La Découverte, 2004. - 121 p.

JOANNIS (Henri), BARNIER (Virginie de). - *De la stratégie marketing à la création publicitaire : magazines, affiches, TV-radio, Internet*. - Paris : Dunod, 2005. - 473 p.

KAPFERER (Jean-Noël). - *Les marques, capital de l'entreprise : créer et développer les marques fortes*. - Paris : Éd. d'Organisation, 2007. - 575 p.

KOTLER (Philip). - *Marketing management*. - Paris : Pearson Education, 2006 - 879 p.

LENDREVIE (Jacques), LINDON (Denis), LEVY (Julien). - *Le Mercator*. - Paris : Dalloz, 2006. - 1000 p.

LEWI (Georges), LACOEUILHE (Jérôme). - *Branding management : la marque de l'idée à l'action*. - Paris : Pearson Education, 2007. - 495 p.

LEWI (Georges). - *Les marques, mythologie du quotidien*. - Paris : Village mondial, 2003. - 272 p.

MATTELART (Armand). - *La publicité*. - Paris : La Découverte, 1994. - 125 p. - (coll. Repères n° 083.)

MICHEL (Géraldine). - *Au cœur de la marque*. - Paris : Dunod, 2004. - 208 p.

SFEZ (Lucien) Dir. - *Dictionnaire critique de la communication*. - Paris : PUF, 1993. - 2 vol. (944 p.)

Adresses des associations représentatives

Association des Agences Conseil en Communication (AACC), 40 boulevard Maiesherbes, 75008 Paris

Association Nationale pour le Développement des Techniques du Marketing (ADETEM), pôle universitaire Léonard de Vinci, 92916 Paris La Défense cedex

IREP (Institut de Recherche et d'Études Publicitaires), 62 rue La Boétie, 75008 Paris

Syntec Communication, 144 rue de Charonne, 75011 Paris

Union Des Annonceurs (UDA), 53 avenue Victor Hugo, 75016 Paris

Revue communes

Revue Française du Marketing

Communication et Langages

CB News (Communication et Business)

Décisions marketing

LSA

Recherches et Applications Marketing

Stratégies

Internet : www.toutsurlacom.com

Médias et Communication

Ouvrages spécifiques aux options Médias informatisés et stratégies de communication/ Communication et technologie numérique

DOUEIHI (Milad). - *La grande conversion numérique*. - Paris : Le Seuil, 2008. - 277 p.

FLICHY (Patrice). - « *La place de l'imaginaire dans l'action technique* ». - in : Réseaux - n° 109, 2001.

GEORGAKAKIS (Didier) et UTARD (Jean-Michel), dir. - *Science des médias : jalons pour une histoire politique*. - Paris : L'Harmattan, 2001. - 250 p.

JEANNERET (Yves). - *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*. - Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2007. - 200 p.

JEANNERET (Yves), TARDY (Cécile), dir. - *L'écriture des médias informatisés. Espaces de pratiques*. - Paris : Hermès-Lavoisier. - 2007 - 222 p.

OLLIVIER (Bruno). - *Internet, multimédia : ça change quoi dans la réalité ?* - Paris : INRP, 2000. - 156 p.

PROULX (Serge). - *La Révolution Internet en question*. - Montréal : Québec-Amérique, 2004. - 144 p.

REBILLARD (Franck). - *Le Web 2.0 en perspective*. - Paris : L'Harmattan, 2007 - 162 p.

SOUCHIER (Emmanuël). - « *Histoires de pages et pages d'histoire* », in ZALI (Anne) dir. - *L'aventure des écritures. La page*. - Paris : Bibliothèque nationale de France, 1999, p. 19-55.

VANDENDORPE (Christian). - *Du papyrus à l'hypertexte : essai sur les mutations du texte et de la lecture.* - Paris : La Découverte, 1999. - 224 p.

« Autopublications » (Dossier). - in : Réseaux. - n° 137, 2006.

« Internet, optique du monde » (Dossier). - in : Communication & langages. - n° 147, 2006.

« L'écriture au risque du Réseau » (Dossier). - in : Communication & langages. - n° 155, 2008.

ouvrages spécifiques à l'option Communication, marketing et management des médias

FOGEL (Jean-François), PATINO (Bruno). - *Une presse sans Gutenberg.* - Paris : Grasset, 2005. - 245p .

MATHIEN (Michel). - *Economie générale des médias.* - Paris : Ellipses, 2004. - 240 p.

MISSIKA (Jean-Louis). - *La fin de la télévision.* - Paris : Éditions du Seuil, 2006. - 107 p.

Hermès n° 37, « L'audience : presse, radio, télévision, internet », 2003

Le temps des médias n° 6, dossier « L'argent des médias », 2006

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

Ressources humaines et communication

Ouvrages communs aux deux modalités pédagogiques (classique et apprentissage)

Management, gestion des ressources humaines

ALLOUCHE (José), dir. - *Encyclopédie des ressources humaines.* - Paris : Vuibert, 2006. - 2112 p.

CADIN (Loïc), GUERIN (Francis), PIGEYRE (Frédérique). - *Gestion des ressources humaines - pratiques et éléments de théories.* - Paris : Dunod, 2007. - 650 p.

CADIN (Loïc), GUERIN (Francis), PIGEYRE (Frédérique). - *Gestion des ressources humaines - pratiques et éléments de théories.* - Paris : Dunod, 2007. - 650 p.

GALAMBAUD (Bernard). - *Si la GRH était de la gestion.* - Rueil-Malmaison : Liaisons, 2002. - 282 p. (Coll. Entreprise et Carrières.)

HELPER (Jean-Pierre) KALIKA (Michel), ORSONI (Jacques) - *Management stratégie et organisation.* - Paris : Vuibert, 2006. - 480 p.

LAGREE (Olivier), MAGNE (Laurent). - *E-management. comment les nouvelles technologies transforment le rôle du manager.* - Paris : Dunod, 2001. - 197 p.

LEBAN (Raymond). - *Le management entre modèles et pratiques : 15 principes de politique générale.* - Paris : éd. d'organisation, 2002. - 327 p.

SEGRESTIN (Denis). - *Les chantiers du manager.* - Paris : Armand Colin, 2004. - 343 p.

THEVENET (Maurice). - *La culture d'entreprise.* - Paris : PUF, Que sais-je ?, 2010.- 127 p.

SILVA (François). - *Devenir e-DRH.* - Paris : Liaisons, 2001. (Entreprise et carrières). - 167 p.

ZARIFIAN (Philippe). *Le travail et la compétence : entre puissance et contrôle* - Paris : P.U.F, coll. Le travail humain, 2009.

Information et communication dans l'entreprise

ALMEIDA (Nicole d'), LIBAERT (Thierry). - *La communication interne de l'entreprise.* - Paris : Dunod, 2004. - 124 p.

BEAUDOIN (Jean-Pierre). - *Être à l'écoute du risque d'opinion.* - Paris : éd. d'Organisation, 2001. - 205 p.

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

BROYEZ (Catherine), DETRIE (Philippe). - *La communication interne au service du management.* - 2^e éd. - Paris : Liaisons, 2001. - 237 p. - (Coll. Entreprise et Carrières.)

GERMAIN (Michel). - *Management des TIC et e-information.* - Paris : Economica, 2006.

OLLIVIER (Bruno). - *Les sciences de l'information et de la communication. Théories et acquis.* - Paris : Armand Colin, 2007. - 284 p

REIX (Robert). - *Systèmes d'information et management des organisations.* - Paris : Vuibert, 2004. - 468 p.

L'entreprise, économie, sociologie, gestion

ALTER (Norbert). - *L'innovation ordinaire.* - Paris : PUF, 2005. - 284 p.

ALTER (Norbert), dir. - *Sociologie du monde du travail.* - Paris : PUF, 2006. - 368 p.

ASKENAZY (Philippe). - *Les désordres du travail.* - Paris : Le Seuil (La République des idées), 2004. - 95 p

BALLET (Jérôme), de BRY (Françoise). - *L'entreprise et l'éthique.* - Paris : Seuil, 2001. - 431 p.

BERNOUX (Philippe). *Sociologie du changement dans les entreprises et les organisations.* - Paris : Seuil, 2004. - 336 p.

BERNOUX (Philippe). - *Sociologie des organisations.* - Paris : Seuil, 2009. - 466 p.

BOYER (Alain). - *L'impossibilité éthique des entreprises. Réflexions sur une utopie moderne.* - paris : Editions d'Organisation, 2002. - 225 p.

DUJARIER (Marie-Anne). - *L'idéal au travail.* - Paris : PUF, 2006. - 237 p.

IRIBARNE (Philippe d'). - *La logique de l'honneur : gestion des entreprises et traditions nationales.* - 2^e éd. - Paris : Seuil, 2003. - 279 p. - (Coll. Points/Essais.)

MORIN (Pierre), DELAVALLÉE (Éric). - *Le manager à l'écoute du sociologue.* - Paris : éd. d'Organisation, 2003. - 271 p.

OSTY (Florence), SAINSAULIEU (Renaud), UHALDE (Marc). - *Les mondes sociaux de l'entreprise.* Paris : La Découverte, 2008. - 398 p.

PLANE (Jean-Michel). - *Théorie des organisations*. - Paris : Dunod, 2000. - 126 p. (Les Topos.)

Droit du travail, syndicalisme

PERNOT (Jean-Marie). - *Syndicats : lendemains de crise ?* - Paris : Gallimard, 2005. - 400 p.

RAY (Jean-Emmanuel). - *Le droit du travail à l'épreuve des NTIC : Internet, intranet, télétravail*. - 2^e éd. - Paris : Liaisons, 2001. - 272 p. (Droit vivant).

RAY (Jean-Emmanuel). - *Droit du travail, droit vivant* : 2010 - 2011. - Paris : éd. Liaisons 19^e édition

THUDEROZ (Christian), coord. - *La négociation sociale*. - CNRS, 2000. - Paris. - 292 p. (Coll. Sociologie)

Revues communes

Annales des Mines

Liaisons Sociales/Liaisons Sociales Magazine

Personnel ANDCP (Association Nationale des Directeurs et Cadres de la Fonction Personnel)

Revue Française de gestion

Revue de gestion des ressources humaines

Réseaux (Hermès, CNET)

Sciences humaines

Sociologies pratiques

Management France

Capital

L'essentiel du management

Adresses des associations représentatives

Association Française de Communication Interne (AFCI)
15 avenue Victor Hugo 75008 PARIS

Association des professionnels des ressources humaines au service de l'innovation sociale et de la performance (ANDRH) 91 rue de Mirosmenil 75008 PARIS www.andrh.fr

Observatoire des cadres www.cadres-plus.net

Ujjef-communication et entreprise 420 rue Saint Honoré 75008 PARIS

focusrh.com, site d'informations consacré aux ressources humaines

Concours 2010 : sujets

1. Analyse de dossier

Dans votre activité professionnelle, vous pourrez être amené(e) à consulter des dossiers dont l'examen critique pourra servir de point de départ à des études plus approfondies, à des décisions, à des réunions, etc.

Dans les documents que vous trouverez dans ce dossier, des éléments vous seront utiles pour répondre aux questions. Mais ne cherchez pas à tout utiliser ; choisissez seulement ceux qui vous semblent les plus appropriés à votre argumentation.

Vous traiterez les questions dans l'ordre où elles sont posées et vous vous appliquerez à produire des réponses synthétiques et structurées.

Les deux questions sont indépendantes l'une de l'autre. Chacune est notée sur 10 points.

Communication des entreprises et des institutions

Questions

- 1 - Sous quelles formes la figure héroïque trouve-t-elle une place dans la communication des entreprises et des institutions ?
- 2 - Toujours en vous appuyant sur le dossier, vous réfléchirez sur la pertinence de la thématique du héros en tant que ressort dans ces stratégies de communication ?

Liste des documents

- 1 - Photographie du fronton du Panthéon, Paris.
- 2 - Hector (extraits de la Conclusion de l'ouvrage)
in : Hector, Jacqueline de Romilly, Paris, éditions De Fallois, 1997 ()
- 3 - « Groupe Generali choisit Zidane et Elies comme ambassadeurs »,
in : www.sponsorship.fr, 12 avril 2006.
- 4 - « Ethique du héros »,
in : www.geoscopie.net (depuis 2007).
- 5 - Extraits du catalogue de l'exposition de la Bibliothèque Nationale de France :
in : « Héros, d'Achille à Zidane », Paris, éditions BNF, 2007.
- 6 - A propos de l'exposition BNF : « Le héros de demain », Odile Faliu et Marc Turrel,
in : www.classes.bnf.fr, 2007.
- 7 - « La véritable histoire de la communication politique », rédigé par Elie Barnavi,
in : www.marianne2.fr, 24 avril 2007.
- 8 - Trois documents sur la publicité Gorbatchev - Vuitton :
« Gorbatchev, nouvelle égérie de Vuitton »,
in : www.20minutes.fr, 27 juillet 2007 ;
« Mikhaïl Gorbatchev et Vuitton »,
in : www.universalpressagency.com ;
« Mikhaïl Gorbatchev, modèle pour la marque Vuitton »,
in : www.tempsreel.nouvelobs.com, 3 août 2008
- 9 - « Sarkozy et Chirac côte à côte pour l'hommage aux Invalides au dernier poilu »,
in : www.afp.google, 16 mars 2008.
- 10 - « Hommage solennel à Ponticelli et à tous les poilus »,
in : www.rfi.fr, 17 mars 2008.
- 11 - « Sarkozy : il faut tout faire soi-même »,
in : post de Nicolas Domenach sur www.desirsdavenir.blog.fr le 20 mai 2008 (ici reproduit en intégralité à partir de www.marianne2.fr).
- 12 - Trois documents sur la campagne Zidane - Generali :
« Generali mise 9 millions d'euros sur Zidane »,
in : www.challenges.fr, 12 septembre 2008 ;
« Zidane et Generali »,
in : www.koreus.com ;

- « Crise et réputation. L'apport de Zidane à la communication de crise et sensible », Thierry Libaert,
in : Le magazine de la Communication de crise et sensible, www.communication-sensible.com, 20 mars 2010
- 13 - Trois documents sur le serious game de Thales « Moonshield » :
« Start your Thales adventure », Règlement de jeu,
in : www.moonshield.com ;
« Moonshield, le serious game de Thales »,
in : www.blogs.lexpansion.com, 19 novembre 2008.
- 14 - « Les serious games, des jeux à prendre au sérieux »,
in : www.e-marketing.fr, 1^{er} février 2009.
- 15 - « Epidémie de storytelling » (série d'articles),
in : Le Nouvel Economiste, 28 mai 2009.
- 16 - Deux documents sur la vidéo de Barack Obama en super héros :
« Vidéo : Barack Obama devient un super héros »,
in : www.paperblog.fr, 20 juin 2009 ;
« Super hero Barack Obama. Limite de la politique fiction »,
in : www.paperblog.fr, 21 juin 2009.
- 17 - Deux documents sur le concept « Mythe et opéra » de l'agence Alalma : « Le concept Mythe & Opéra »,
in : www.alalma.fr (2009) ;
« Dans la peau d'un héros »,
in : www.lejournaldunet.com, 2 novembre 2009.
- 18 - Deux documents sur la campagne « Héros ordinaires » de l'Institut national du cancer :
« Lancement de la campagne « Pour un nouveau regard sur les cancers » »,
in : www.e-cancer.fr 18 novembre 2009 ;
« Nous sommes deux millions de héros ordinaires »,
Fédération hospitalière de France,
in : www.fhf.fr (15 janvier 2007 rappel).
- 19 - Extraits du discours prononcé par Simone Veil lors de sa réception à l'Académie Française,
in : www.academie-francaise.fr, 18 mars 2010.
- 20 - « Mourir pour la France ? », Dominique David et Eric Deroo,
in : Libération, 26 mars 2010.
- 21 - « Les héros des séries broient du noir », Isabelle Nataf,
in : Libération, 6 avril 2010.
- 22 - Visuel de la publicité pour la Volvo XC 60 2 roues motrices,
avril 2010.
- 23 - A propos du suivi des demandeurs d'asile, 2 articles dont :
« Ces travailleurs sociaux sont nos héros contemporains »,
in : Le Monde, 7 avril 2010.
- 24 - « La course des héros : le 6 juin, courez pour une association »,
in : www.coursedesheros.com, avril 2010.
- 25 - « Messagers de la paix des Nations Unies », (et les exemples d'Elie Wiesel et de Wangari Maathai),
in : www.un.org, avril 2010.
- 26 - Couverture, 4^e de couverture et extraits des chapitres 2 et 4 de l'ouvrage.
in : Le storytelling en action. Transformer un politique, un cadre d'entreprise ou un baril de lessive en héros de saga ! », Olivier Clodong et Georges Chetochine, Paris, éditions Eyrolles, 2010.

Management de la communication

Questions

Le quotidien est un véritable objet d'étude. Il peut être perçu comme l'expérience de la routine, du banal, de l'inertie voire de l'aliénation. Mais il peut être aussi envisagé comme ayant sa dynamique et sa créativité propre. Il constitue donc un ressort de communication important.

- 1 - En vous appuyant sur les textes théoriques et les documents professionnels du dossier, vous analyserez les différentes représentations possibles du quotidien.
- 2 - Toujours à l'aide du dossier, vous interrogerez les enjeux et la pertinence de l'utilisation du quotidien dans les stratégies de communication (publicitaires, institutionnelles, RH, politiques, médiatiques, etc.).

Liste des documents

- 1 - Les différentes versions de la chanson Comme d'habitude,
in : site lexilogos.com.
- 2 - « Formation management Interculturel », Site de formation au management interculturel,
in : www.formaguide.com, avril 2010.
- 3 - « Au quotidien votre mutuelle vous aide, vous accompagne et vous conseille » avril, 2010.
- 4 - « Le patrimoine du quotidien »,
Source : site officiel de la Ville de Lyon, www.lyon.fr avril, 2010.
- 5 - « Organisez votre quotidien »,
Source : www.laposte.fr, 6 avril 2010.
- 6 - « On fait quoi pour vous aujourd'hui »,
in : Elle, 2 avril 2010.
- 7 - « Une journée avec »,
in : Elle, 2 avril 2010.
- 8 - « Toutes des super-héroïnes ? »,
in : Elle, 2 avril 2010.
- 9 - « C'est quoi, pour vous, profiter de la vie ? »,
in : Femme actuelle, avril 2010.
- 10 - « Le magicien du quotidien »,
in : Le Figaro Magazine, 20 mars 2010.
- 11 - « Ikea s'invite dans les stations de métro parisiennes »,
Source : www.agence-to-buzz.com, 16 mars 2010.
- 12 - « Le train de l'emploi », Florence Aubenas,
in : Le quai de Ouistreham, Paris, Editions de l'olivier, mars 2010.
- 13 - « Les petits riens urbains »,
in : Revue urbanisme n° 370, janvier/février 2010.
- 14 - « l'écologie au quotidien »,
in : La Croix, 14 août 2009.
- 15 - « Stop à la routine professionnelle ! »,
in : site France 5 emploi, 25 mai 2009.
- 16 - « Le spectacle du quotidien »,
in : Catalogue de la Xe Biennale de Lyon, du 16 septembre 2009 au 3 janvier 2010.
- 17 - « Pour un marketeur »
in : Georges Lewi, Mythologie des marques. Quand les marques font leur storytelling, Pearson, Paris, 2009.
- 18 - « Savoir gérer sa vie quotidienne au travail »
in : Entreprise mode d'emploi, communiqué de presse,

16 septembre 2009.

- 19 - « La marque, nouveau coach du quotidien »,
in : Marketing magazine n° 130, 1^{er} avril 2009
- 20 - « Metro- boulot- dodo, fiction réaliste », 14 janvier 2009.
Source : www.mediapart.fr
- 21 - « Politisation du quotidien ou quotidienisation du politique ? »,
in : : blogspot, 27 novembre 2007.
- 22 - « Vois ma vie »,
in : Les Inrouptibles n° 676, 11 novembre 2008.
- 23 - « Housse de couette métro boulot dodo », site alltrends,
Source : www.alltrends 11août 2008.
- 24 - « Plus belle la vie : les raisons du succès »,
in : l'internaute, 2008. Source : www.linternaute.com
- 25 - « Le coaching au quotidien », J. Desponds,
Source : www.eyrolles.com, 12 avril 2007.
- 26 - « Se prémunir de la pub au quotidien », blog,
Source : www.respire-asbl.be, 21 novembre 2005.
- 27 - « Introduction »
in : Bruce Bégout, La découverte du quotidien, éditions Allia, 2005.
- 28 - « Regards sur la télé-réalité »,
in : François Jost, Sciences humaines n° 43, janvier-février 2004.
- 29 - « La publicité : une parole quotidienne ? »
in : Karine Berthelot-Guiet, Communication et Langages, n° 117, 3^e trimestre 1998, pp.12-27.
- 30 - « Freud et l'homme ordinaire »,
in : Michel de Certeau, L'invention du quotidien, arts de faire, Paris, Gallimard, 1990.
- 31 - « Approches de quoi »
in : Georges Perec, L'infraordinaire, Seuil, 1989.

Marketing publicité et communication

Questions

- 1 - Les professionnels de la communication marchande sont-ils les nouveaux rhétoriciens ?
- 2 - Selon Christian Salmon, nous sommes désormais dans l'« âge narratif », au vu des documents qui vous sont proposés, vous interrogerez la pertinence de cette remarque.

Liste des documents

- 1 - Storytelling, le guide
in : <http://www.desiredit.com/25.html>, 12 avril 2010
- 2 - La fin de la publicité « des grands récits »
in : Marketing Magazine, n° 136, 1^{er} décembre 2009
- 3 - Anormale activité
in : Le Point, Cinéma, n° 1941, 26 novembre 2009
- 4 - Luxe et Internet : la véritable histoire du storytelling
in : Stratégies, n° 1567, 26 novembre 2009
- 5 - SOS récit
in : L'Express, Société, n° 3045, 12 novembre 2009
- 6 - Quand le storytelling réenchante le marketing
in : Stratégies, n° 1559, 1^{er} octobre 2009
- 7 - Storytelling
in : Les Echos, Idées, Le billet, n° 20471, 23 juillet 2009
- 8 - L'Oréal en conteur d'histoires
in : Stratégies, 9 juillet 2009
- 9 - Forces et faiblesses du « storytelling »
in : Stratégies, Idées, 18 juin 2009
- 10 - Christian Salmon – Roger-Gérard Schwartzberg : la politique spectacle est-elle inévitable ?
in : Le Figaro, Débats, n° 20148, 11 mai 2009
- 11 - Le storytelling est-il vraiment efficace ?
in : <http://storytelling.over-blog.fr/article-27957492.html>, 16 février 2009
- 12 - Electrolux-Arthur Martin signe une opération de mécénat avec le palais de Tokyo
in : Stratégies, n° 1532, 12 février 2009
- 13 - Les trois constituants fondamentaux du récit du mythe et de la marque, Georges Lewi
in : Mythologie et marques. Quand les marques font leur storytelling, Pearson, 2009
- 14 - Les salariés de la Soc Gen racontent leur banque
in : Les Echos, n° 20317, 9 décembre 2008
- 15 - Storytelling. L'histoire vouée à la casse ?
in : Le Monde, 13 décembre 2008
- 16 - Storytelling. La « second life » du politique
in : Le Monde, 1^{er} novembre 2008
- 17 - Storytelling. « Apportez au monde vos récits naïfs ! »
in : Le Monde, 30 août 2008
- 18 - Le manager enchanté
in : Le Figaro Entreprises & emplois, 19 mai 2008
- 19 - Storytelling. « Shakespeare on Management »
in : Le Monde, 17 mai 2008
- 20 - Raconter des histoires fait mieux vendre
in : Les Echos, Compétences, n° 20142, 1^{er} avril 2008
- 21 - « Comme l'artiste, le salarié doit être autonome, flexible, inventif »
in : Libération, n° 8361, 24 mars 2008
- 22 - Introduction (Extrait) - Christian Salmon
in : Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, La découverte, 2007
- 23 - L'invention du storytelling management- Christian Salmon
in : Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, La découverte, 2007
- 24 - Raconte-moi une histoire...
in : Stratégies, n° 1369, 12 mai 2005
- 25 - Argumenter en racontant – Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme
in : L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion,
Colin, 2005
- 26 - Les types de récits de marque – Bruno Remaury
in : La marque face à l'imaginaire culturel contemporain, Editions du Regard, 2004
- 27 - Introduction (Extrait) – Jean-Marie Cotteret
in : La magie du discours. Précis de rhétorique audiovisuelle, Edition Michalon, 2000
- 28 - La rhétorique, culture commune du monde antique – Philippe Breton et Gilles Gauthier
in : Histoire des théories de l'argumentation, La Découverte, 2000
- 29 - Des experts en manipulation symbolique, suivi de : Un outillage managérial hétéroclite - Roger Bautier
in : De la rhétorique à la communication, PUG, 1987

- 30 - Introduction à l'analyse structurale des récits (Extrait) - Roland Barthes
in : L'aventure sémiologique, Seuil, 1985
- 31 - Pragmatique du savoir narratif (Extrait) - Jean-François Lyotard
in : La condition postmoderne, Les Editions de Minuit, 1979
- 32 - La logique du père Noël - Jean Baudrillard
in : Le système des objets, Gallimard, 1968
- 33 - Quintilien
in : Institution oratoire, Livre IV, 2, Belles lettres, 2003

Médias et communication

Option Communication, marketing et management des médias

Questions

- 1 - Selon vous, quelles sont les principales caractéristiques de la critique des médias française actuelle ?
- 2 - Pourquoi est-il si difficile de critiquer la télévision à la télévision ?

Liste des documents

- 1 - Direct8.fr, Morandini !, avril 2010
- 2 - France 5.fr, revu et corrigé, avril 2010
- 3 - @si.fr, « à propos d'@si », avril 2010
- 4 - « Le jeu de la mort (2010) de Christophe Nick »
in : Le temps, 10 avril 2010
- 5 - Article « critique des médias »
Wikipedia, avril 2010
- 6 - « Le jeu de la mort de Peillon, Quilès et Lienemann »
Lettre de Christophe Nick,
in : Marianne2.fr, 9 avril 2010
- 7 - « Une plainte justifiée »
in : Blog de Paul Quilès, 3 avril 2010
- 8 - « Téléphobie, une idéologie triste », Gilles Achache
in : Libération « Rebonds », 31 mars 2010
- 9 - « Le fou, la lune, le doigt »
in : Le blog d'Aliocha, 30 mars 2010
- 10 - « Retour sur deux émissions massacrées : Le temps de cerveau disponible et Le jeu de la mort »
Mediapartblog, blog de Thierry Ternisien, 29 mars 2010
- 11 - « La télévision, une arme idéologique ? » Table ronde
avec Eric Macé et Christophe Nick
in : L'Humanité, 27 mars 2010
- 12 - « Comment la télé nous manipule », Alexandra da Rocha
in : Réponse à tout, 25 mars 2010
- 13 - « Le documentaire Le jeu de la mort : une critique de la télévision ? », Henri Maler
in : www.acrimed.org, 22 mars 2010
- 14 - « Les autres électrochocs », Daniel Schneidermann, article
et extraits du forum
@si.fr, 18 mars 2010
- 15 - L'expérience extrême, Christophe Nick et Michel Eltchaninoff, Editions Don Quichotte, mars 2010
- 16 - "Jusqu'où va la télé",
mini-site hébergé par France2.fr, mars 2010

- 17 - « Critiquer les médias », introduction, Igor Martinache
in : revue Mouvements n° 61, janvier-mars 2010
- 18 - « Où en est la critique des médias ? Entretien avec Henri Maler de l'association Acrimed », Samira Ouardi
in : revue Mouvements n° 61, janvier-mars 2010
- 19 - « De l'impossibilité de critiquer la télévision à la télévision : l'expérience d'Arrêt sur images », Barbara Fontar
in : revue Mouvements n° 61, janvier-mars 2010
- 20 - « De l'énonciation à la réflexivité : quand la télévision se prend pour objet », Virginie Spies
in : Revue Semen n° 26, 2008
- 21 - « La critique des médias est aussi un business », interview
de Pierre Carles par Rodéric Mounir
in : Le Courrier, 23 février 2008
- 22 - Dictionnaire Larousse 2008
- 23 - « Les médias dans l'œil... des médias », Yoanna Sultan-R'bibo
in : Stratégies, 20 décembre 2007
- 24 - « La télé dans le nombril », Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts
in : Libération, 29 septembre 2007
- 25 - « Vers une nouvelle critique des médias », Philippe Corcuff
in : Ababord.org, février-mars 2007
- 26 - « Le premier pouvoir ne passera pas l'été », Thomas Gayraud
in : Libération, 12 juillet 2006

Options Médias informatisés et stratégies de communication/Communication et technologie numérique

Questions

- 1 - Vous analyserez les opportunités que semble offrir le réseau Internet pour les acteurs du politique et les usages qu'ils en font.
- 2 - Le blogueur Nicolas Vanbremeersch décrit Internet comme « un nouvel espace de démocratie » (document 3, p. 7). Vous discuterez cette représentation

Liste des documents

- 1 - « Le Web au service des dictatures » – Evgueni Morozov
in : Books, n° 12, mars-avril 2010
- 2 - « Pour en finir avec le cyberoptimisme » – Olivier Postel-Vinay
in : Books, n° 12, mars-avril 2010
- 3 - Présentation de De la Démocratie numérique par l'auteur – Nicolas Vanbremeersch (alias Versac)
in : Meilcour.fr, consulté le 9 mars 2010
- 4 - « Twitter-les-bains : les régionales 2010 vues du web »
in : Flucutat.net, 22 février 2010
- 6 - « Réseaux sociaux politiques : quelques remarques » – Nicolas Vanbremeersch (alias Versac)
in : Meilcour.fr, 7 janvier 2010
- 7 - « Internet, un auxiliaire de la démocratie ? » – Patrice Flichy
in : Pour la science, n° 66, janvier-mars 2010
- 8 - « Quand les jeunes découvrent la politique sur Internet »
in : Lefigaro.fr, 28 décembre 2009

- 9 - « L'UMP et le PS préparent chacun leur site communautaire »
in : Lesinrocks.com, 22 décembre 2009
- 10 - « Le temps de l'hypercitoyen » (dossier)
in : Regards sur le numérique, éditions Microsoft France, décembre 2009
- 11 - « Les politiques exposés au risque d'Internet »
in : Le Monde, 20 novembre 2009
- 13 - « Nouveau baromètre politique sur le Web »
in : Lefigaro.fr, 12 novembre 2009
- 14 - « L'affaire Hortefeux met Internet au banc des accusés »
in : Le Monde, 16 septembre 2009
- 15 - « Pour gagner en 2010, l'UMP vise 500 000 adhérents et mise sur Internet »
in : Le Monde, 4 septembre 2009
- 16 - « Sur le net, les jeunes militants des différents partis débordent de stratégies »
in : Les Echos, 3 août 2009
- 17 - « Mais qu'a donc fait Twitter en Iran ? »
in : Fondapol.org, 5 janvier 2009
- 18 - « L'autogestion à l'heure du Net : Une apparente réactualisation qui s'avère bien limitée »
in : Ludigo.net, 29 septembre 2008
- 19 - « L'encyclopédie de la parole possible : édition et scénographie politique sur l'Internet » – Olivier Aïm, Yves Jeanneret
in : Hermès, n° 47, 2007
- 20 - « Le style délibératif de la "blogosphère citoyenne" » – Dominique Cardon
in : Hermès, n° 47, 2007
- 21 - « Le débat électronique, Entre agir communicationnel et stratégie militante » - Marie-Gabrielle Suraud
in : A. Dahmani et al. (dir.), La démocratie à l'épreuve de la société numérique, Paris, Katharla, décembre 2007
- 22 - « Sur le web, le FN se mêle des émeutes en vidéo »
in : Lefigaro.fr, 27 novembre 2007
- 23 - « Quand les hommes politiques créent leur propre web-tv »
in : Politique.net, 31 mars 2007
- 24 - « Internet fera les élections... » – Sophie Pène
in : Communication & Langages, n° 151, mars 2007
- 25 - « Le réseau de la mythologie grecque à l'idéologie d'Internet » - Pierre Musso
in : Pierre Musso (dir.), Réseaux et Sociétés, Paris, PUF, 2003
- 26 - « Sortir de la guerre des médias » – Dominique Wolton
in : Internet et après ?, Paris, Champs Flammarion, mars 2000

Ressources humaines et communication

Questions

- 1 - Les sociétés contemporaines connaissent une véritable "passion évaluative". Comment comprendre la place et les formes prises par l'évaluation dans notre société et plus particulièrement dans les organisations? Et quels sont les effets de l'évaluation sur les rapports sociaux en général et au sein des organisations.

- 2 - Dans le cadre de leur métier, les acteurs des ressources humaines prennent régulièrement part à des processus d'évaluation. Vous les présenterez et analyserez les enjeux et les limites de ces pratiques.

Liste des documents

- 1 - « Performance des Ressources Humaines »
in : <http://www.fr.capgemini.com/services>, consulté le 25/03/2010
- 2 - Christine Lagoutte, « Les entreprises où il fait bon travailler »
in : Le Figaro Economie, lundi 15 mars 2010, p.33.
- 3 - Charles-Henri Besseyre des Horts, « Les défis de la transparence et de la crédibilité pour les DRH »
in : Personnel, n° 507, février 2010, pp.94-96.
- 4 - Olivier Saulpic, « Stress, performance et critère de réussite ? La religion du chiffre unique est trompeuse »,
in : Le Monde, vendredi 26 février 2010, p.15.
- 5 - Caroline Beyer, « Les entreprises misent sur les jeux pour recruter et motiver leurs équipes »
in : Le Figaro Economie, lundi 15 février 2010, p.28.
- 6 - Bertrand Le Balc'h, « Le CV anonyme progresse à petits pas »
in : Le Figaro Economie, lundi 15 février 2010, p.29.
- 7 - Wilfrid Raffard, « Etre DRH »
in : RH&M, n° 36, janvier 2010, pp.8-9.
- 8 - Gilles Amado et Eugène Enriquez, « Introduction »
in : Nouvelle revue de psychologie, « La passion évaluative », n° 8 ; automne 2009, pp. 7-10.
- 9 - Jean-Marc Le Gall, « Réconcilier performance et bien-être au travail »
in : Le Monde Economie Expertises/ Management, mardi 24 novembre 2009, p.MDE3
- 10 - Julien Damon, « La fièvre de l'évaluation »
in : Sciences Humaines, n° 208, octobre 2009, pp.18-23.
- 11 - Bertrand Le Balc'h, « Bien préparer l'entretien d'évaluation »
in : Le Figaro Entreprises et Emplois, lundi 21 septembre 2009, p.ENT4.
- 12 - Philippe Dobler et Olivier Saulpic, « L'échec de l'évaluation des ministres, ou les limites de la culture du résultat »
in : Le Monde, mardi 18 août 2009, p.13.
- 13 - Christine Garin, « Chercheurs qu'on tyrannise »
in : Le Monde, lundi 23 mars 2009, p.16.
- 14 - Marc Dupuis, « Les étudiants sont d'abord motivés par la compétition »
in : Le Monde, mercredi 28 janvier 2009, p.11.
- 15 - Vincent de Gaulejac, « La société malade de la gestion » (Extraits)
Paris, Editions du Seuil, [2005] 2009, pp. 10-19.
- 16 - Caroline Beyer, « L'avis de l'expert : comment garantir des critères objectifs ? »
in : Le Figaro Entreprises & Emplois, lundi 20 octobre 2008, p. ENT8.
- 17 - Caroline Beyer, « Pour ou contre l'entretien annuel ? »
in : Le Figaro Entreprise & Emplois, lundi 20 octobre 2008, p.ENT8.
- 18 - Lionel Levy, « Gagner la bataille de l'implication »
in : Stratégies, jeudi 9 octobre 2008, p.6.

- 19 - Marie Bellan, « Un système d'évaluation des salariés jugé illicite »
in : Les Echos, mardi 16 septembre 2008, p.19.
- 20 - Pascale Santi, « Un système de notation jugé illicite »
in : Le Monde, mercredi 10 septembre 2008, p.15.
- 21 - Marie Bellan, « Le DRH, VRP de l'entreprise »
in : Les Echos, mardi 24 juin 2008, p.11.
- 22 - Frédéric Brillet, « Les consultants à l'assaut du public »
in : Les Echos, 11 mars 2008, p.10.
- 23 - Marie-Anne Dujarier, « L'idéal au travail » (Extraits)
Paris, Presses Universitaires de France, 2008 [2005],
pp.1-7.
- 24 - Christophe Dejourn, « L'évaluation du travail à l'épreuve du réel »
Paris, INRA Editions, 2003, pp.9-18 / pp.31-39 /
pp.54-56.
- 25 - Béatrice Zimmermann, « Logique de compétences et dialogue social »
in : Travail & Emploi, n° 84, octobre 2000, pp.5-18.