



Cristina BADULESCU

MCF

cristina.badulescu@univ-poitiers.fr

Université de Poitiers

Membre du laboratoire : CEREGE

Les articles publiés

Comité de lecture répertorié au HCERES, au CNRS, à la FNEGE ou base de données internationale

BADULESCU C., Valérie-Inés DE LA VILLE , (2018), Activer des médiations conjointes dans le secteur de la bande dessinée. Le cas de la maison des auteurs d'Angoulême, *Culture et musées*, n° : 45.

BADULESCU C., Valérie-Inés DE LA VILLE , (2017), Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée. Analyse des enjeux épistémiques à partir du cas du Musée de la Bande Dessinée, à paraître, *MEI*, n° : 42.

BADULESCU C., Valérie-Inés DE LA VILLE , (2016), Les registres de justification des managers face à la polémique de l'huile de palme : transition vers un marketing plus responsable?, *Revue Roumaine de Journalisme et des Sciences de la Communication*, volume : 2-3.

BADULESCU C., (2015), La communication numérique en terrain sensible. Le cas des vins Cotnari et Murfatlar, *Questions de communication*, n° : 28.

BADULESCU C., Zeineb Touati , (2014), Employabilité, insertion professionnelle et mobilité des jeunes diplômés dans les métiers de la communication en France, *Cahiers du RESIPROC*, n° : 2.

Comité de lecture non répertorié au HCERES, au CNRS, à la FNEGE ou base de données internationale

BADULESCU C., • DAGHMI Fathallah, (2018), Formes d'appropriation symbolique du territoire : une identité plurielle , *REFSICOM*, n° : 2.

BADULESCU C., Valérie-Inés DE LA VILLE , (2017), L'OBJET DE VALEUR DE L'ENFANCE DANS LES SUPPORTS PUBLICITAIRES DES MARQUES DE MOBILIER, *Jeunes et Médias*, n° : 7 .

BADULESCU C., (2016), Des identités numériques aux constructions identitaires complexes. Le cas de la diaspora roumaine de France, *Revue Roumaine de Journalisme et des Sciences de la Communication*, volume : 1, n° : 3/2015.

BADULESCU C., Aymeric BRODY, (2017), La médiation muséale à destination du jeune public : une enquête par revisite auprès des jeunes visiteurs du musée de la BD d'Angoulême (2015-2016), *MédiaNum*.

Les chapitres publiés

BADULESCU C., Jessica DE BIDERAN , (2018), La Cité du vin : un choix d'interprétation universelle entre immersion pervasive et médiation polysensorielle , 22-42 , , Jean-Louis Yengue et Kilien Stengel, Presses Universitaires de Tours, Tours , Labellisé FNEGE : Non.

BADULESCU C., (2015), 1. La construction identitaire complexe et les formes de mobilisation sociale à travers les médias numériques. Le cas de la diaspora roumaine de France, 77-92, , Fathallah Daghami, Farid Toumi, Abderrahmane Amsidder, L'Harmattan, Paris , Labellisé FNEGE : Non.

BADULESCU C., Touati Zeineb , (2015), La stratégie de marque à l'épreuve du commerce équitable, 87-106, , Françoise Bernard, Stefan Bratosin, Adela Rogojinaru, édition de l'Université de Bucarest, Bucarest , Labellisé FNEGE : Non.

BADULESCU C., (2013), Parfum et séduction entre trace patrimoniale et trace sensible : quelle modélisation pour la médiation muséale ?, 121-141, , Philippe Brenot, Esprit du temps, Paris , Labellisé FNEGE : Non.



BADULESCU C., (2013), Médiation culturelle entre trace patrimoniale et trace sensible. Nouvelle approche expographique du Musée International de la Parfumerie de Grasse, 37-46, , Béatrice Vacher, Christian Le Moëne, Alain Kiyindou, L'Harmattan, Paris , Labellisé FNEGE : Non.

BADULESCU C., (2012), Sémiotique, marketing et communication : quelle modélisation pour la stratégie publicitaire ?, 75-85, , Stefan Bratosin, Céline Bryon-Portet, Mihaela Alexandra Tudor, Colloquia Eseiistica, Bucarest , Labellisé FNEGE : Non.

Les communications dans un colloque

BADULESCU C., (2018), Luxe et image de marque. Approche socio-sémiotique des stratégies publicitaires , 10 pages, Luxe et parfumerie , Grasse .

BADULESCU C., Valérie-Inés DE LA VILLE , François BOBRIE , (2018), Digital parenting”: A preliminary analysis of marketing discourses promoted by digital services aimed at children under 6 years., 7 pages, CTC 2018 , Angoulême .

BADULESCU C., (2017), La médiation muséale entre dispositif immersif et valorisation patrimoniale locale, Quand la muséologie prend tout son sens , Paris Sorbonne .

BADULESCU C., (2016), L'identité territoriale et les formes d'appropriation symbolique. Les cas de la ville d'Angoulême, 21 pages, L'identité au pluriel , Agadir .

BADULESCU C., Inés de la Ville , (2016), Les registres de justification des managers face à la polémique de l'huile de palme, 15 pages, Comprendre la transition , Bucarest .

BADULESCU C., (2015), Des identités numériques aux constructions identitaires complexes. Le cas de la diaspora roumaine de France, Comprendre la transition, La place de la technique et des technologies dans les pratiques sociales et interculturelles, Bucarest .

BADULESCU C., (2014), L'identité roumaine et les formes de mobilisation sociale à travers les médias numériques , Le changement entre stratégies médiatiques et pratiques communicatives citoyennes , Agadir .

BADULESCU C., (2014), La communication polysensorielle et les stratégies marketing en terrain sensible. Analyse comparée de la communication numérique des marques de vin Cotnari et Murfatlar , Colloque bilatéral franco-roumain , Bucarest .

BADULESCU C., Touati Zeineb , (2013), La stratégie de marque entre logique solidaire et logique marchande : quelle approche du commerce équitable ? Cas de Max Havelaar, Colloque bilatéral franco-roumain, Bucarest .

BADULESCU C., Touati Zeineb , (2013), Insertion professionnelle et évolution des jeunes diplômés dans les métiers du marketing et de la communication en France : analyse comparée des formations professionnalisantes, Congrès de l'ACFAS , Laval .

BADULESCU C., (2012), Parfum et séduction entre trace patrimoniale et trace sensible : quelle modélisation pour la médiation muséale ? , Parfum et amour , Grasse .

BADULESCU C., (2012), Médiation culturelle entre trace patrimoniale et trace sensible. Nouvelle approche expographique du Musée International de la Parfumerie (Grasse)., Congrès SFSIC , Rennes .

BADULESCU C., (2012), La communication polysensorielle médiée par internet. Le vin dans l'imaginaire roumain. , La communication électronique dans la société de l'information. Quels usages, quelles pratiques ? , Le Havre .

BADULESCU C., (2011), Sémiotique, marketing et communication : quelle modélisation pour la stratégie publicitaire ? , Workshop International : Epistémologie de la communication : bilan et perspectives, Toulouse.

BADULESCU C., (2011), La médiation immersive et la communication polysensorielle comme discours de préfiguration du sens. , Colloque International : Communication des patrimoines, Avignon.

BADULESCU C., (2011), La Médiation immersive entre trace cognitive et trace patrimoniale : quelle catégorisation pour la relation muséale ? , Colloque international Culture Européenne, Barcelone.

BADULESCU C., Fathallah Daghmi , (2002), L'identité territoriale et les formes d'appropriation symbolique. Les cas de la



ville d'Angoulême, 21 pages, L'identité au pluriel , Agadir .