

Bibliographie indicative sur le langage de la publicité

Maria Ana OPRESCU

1. Adam, J.M., 1975. Enjeux d'une approche du discours publicitaire: notes pour un travail de recherches, *Pratiques* 75 (7 / 8), Metz.
2. Adam, J.M., 1984. *Le récit*. Paris: PUF, Coll Que sais-je ? no. 2149.
3. Adam, J. M., 1993. *La description*. Paris: PUF.
4. Adam, J.M., 1997. *Les textes: types et prototypes*. Paris: Nathan Université.
5. Alba de Diego, V., 1973. Marcas, abreviaciones y siglas en el lenguaje publicitario, *Prohemio*, 73 (3, IV).
6. Alba de Diego, V., 1975. *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Facultad de Filosofia y Letras.
7. Alba de Diego, V., 1976. *La publicidad (Sociedad, mito y lenguaje)*. Barcelona: Planeta.
8. Alvar Ezquerro, M., 1996. *La formación de palabras en español*. Madrid: Arco Libros.
9. Anscombe, J.C. & Ducrot, O., 1981. Lois logiques et lois argumentatives, *Le Français moderne*, 81(46), pp. 5-22.
10. Antoine, J., 1981. *Le Sondage, outil de marketing*. Paris: Dunod.
11. Apothéloz, D., 2002. *La construction du lexique français*. Paris: Ophrys.
12. Arraújo Carreira, Maria Helena (éd.), 2004. Plus ou moins?! L'atténuation et l'intensification dans les langues romanes, in *Travaux et documents*, 04 (24), Vincennes: Université Paris 8.
13. Arrivé, M. Gadet, F. & Galmiche, M., 1986. *La Grammaire d'aujourd'hui, Guide alphabétique français*. Paris: Flammarion.
14. Ascombe, J. C. & Ducrot, O., 1983. *L'Argumentation dans la langue*. Bruxelles: Pierre Mardaga.
15. Audigier, G. & Decadin, s.a. *J.M. Communication et publicité*. Paris: Fiches express, Dunod.
16. Austin, J., 1970. *Quand dire c'est faire*. Paris: Seuil.

17. Avram, Mioara, 1997. *Anglicismele în limba română actuală*. București : Editura Academiei.
18. Bachman, K., 1975. Valeurs connotatives des textes publicitaires in *Langue française*, 75(28), pp. 48-54.
19. Bacry, P., 1992. *Les figures de style et autres procédés stylistiques*. Paris: Belin.
20. Bălănescu, O., 2001. *Texte și pretexte, Introducere în pragmatică*. București: Ariadna.
21. Bally, C., 1951. *Traité de stylistique française*. Paris: Klincksieck, 3ème éd.
22. Barthes, R., 1957. *Mythologies*. Paris: Seuil.
23. Barthes, R., 1963. Le message publicitaire, in *Les Cahiers de la publicité*, 63 (7).
24. Barthes, R., 1964. Rhétorique de l'image, in *Communication*, 64(4), pp. 40-51.
25. Barthes, R., 1967. *Le système de la mode*. Paris: Seuil.
26. Barthes, R., 1970. *S/Z*. Paris: Seuil.
27. Barthes, R., 1970. L'ancienne rhétorique, in *Communications*, 70 (4). Paris: Seuil.
28. Barthes, R., 1990. El mensaje publicitario, in *La aventura semiótica*. Barcelona : Paidós.
29. Bassat, L., 1994. *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona : Folio.
30. Baudrillard, J., 1968. *Le système des objets*. Paris: Denoël / Gauthier.
31. Baudrillard, J., 1972. Pour une critique de l'économie politique du signe. Paris: Gallimard.
32. Baudrillard, J., 1989. *La société de consommation*. Paris: Folio.
33. Baudrillard, J., 1989. Publicidad absoluta, publicidad cero, in *El Occidente*, 89(92).
34. Bautier, R., 1993. *De la rhétorique à la communication*. Grenoble: PUG.
35. Bellenger, L., 1980. *L'Argumentation*. Paris: ESF.
36. Bellenger, L., 1985. *La Persuasion*. Paris: PUF.
37. Bello, A., 1954. *Gramática de la lengua castellana*. Buenos Aires: Sopena.
38. Benveniste, E., 1966. *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
39. Berrendonner, A., 1981. *Eléments de pragmatique linguistique*. Paris: Seuil.

40. Berthelot Guiet, K., 2003. Nom de marque et perception "fautive" du discours publicitaire, in *Bulletin de la Société de Linguistique de Paris*, 03(XCVIII), pp. 229-245.
41. Bicoloron, O.P., 1997. *Introducción a la publicidad*. Buenos Aires: El Ateneo.
42. Bidu-Vrânceanu, A. & Forăscu, N., 1984. *Modele de structurare semantică*. Timișoara : Facla.
43. Bidu-Vrânceanu, A. & Călărașu, C. & Ionescu-Ruxăndoiu, L. & Mancaș, M. & Pană Dindelegan, G., 2001. *Dicționar de științe al limbii*. București : Nemira.
44. Bleustein-Blanchet, M., 1976. *La nostalgie du futur*. Paris: Laffont.
45. Block de Behar, L., 1973. *El lenguaje de la publicidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
46. Blum, Y. & Brisson, J., 1971. *Implication et publicité, "Langue française"* 12.
47. Bochmann, K., 1975. Valeurs connotatives du texte publicitaire, in *Langue française*, 75(28), pp. 28-29.
48. Boldinog, C., 2000. Conținuturi implicite în discursul publicitar, in *Limbă și literatură*, 00(XLV), pp. 20-25.
49. Bonhomme, M., 1988. De l'énoncé publicitaire: les slogans pour résidences secondaires, in Maurand G., 1988. *Le Texte et l'image*. Toulouse: éd. Presses de l'Université de Toulouse-le- Mirail.
50. Bonhomme, M., 1992. De la description à la définition métonymique dans un texte publicitaire, *Alfa*, 92 (5).
51. Bonhomme, M. & Adam, J.M., 1997. *L'argumentation publicitaire, Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Paris: Nathan Université.
52. Bonhomme, M., s.a. Du mensonge publicitaire, in Maurand, G., s.a. *Le Raisonnement*. Toulouse: éd. Presses de l'Université de Toulouse-le-Mirail.
53. Bonnange, C. & Thomas, C., 1987. *Don Juan ou Pavlov. Essai sur la communication publicitaire*. Paris: Le Seuil.
54. Borden, G. A., 1974. *Introducción a la teoría de la comunicación humana*. Madrid: Nacional.

55. Bourdieu, P., 1972. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fazard.
56. Brémond, J., s.a. *La publicité*. Paris: Hatier.
57. Breton, P. H., 1996. *L'Argumentation dans la communication*. Paris: La Découverte.
58. Brochand, B. & Lendrevie, J., 1989. *Le Publicitor*. Paris: Dalloz.
59. Brune, F., 1985. *Le Bonheur conforme*. Paris: Gallimard.
60. Cagnat, R. & Chapot, V., 1920. *Manuel d'archéologie romane*. Paris: Edition A. Picard.
61. Crcopino, Jérôme, 1979. *Viața cotidiană în Roma la apogeul Imeriului*. București : Editura Științifică și Enciclopedică.
62. Calvet, Louis-Jean, 1976. *La production révolutionnaire. Slogans, affiches, chansons*. Paris: Payot.
63. Camps, V., 1987. *Las marcas. Trucos de que se vale la sociedad de consumo ante juvenes*. México: Novedades.
64. Carbonero Cano, P., 1992. Modalidades enunciativas en los textos publicitarios, en Ariza, Manuel (ed) : *Problemas y métodos en el análisis de textos. In memoriam Antonio Aranda*. Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 109-122.
65. Cardona, D. & Fernández Berasarte, E., 1972. *Lingüística de la publicidad. El idioma español y la publicidad*. Madrid : Ediciones de los Papeles de San Armadans.
66. Casado Velarde, M., 1985. *Tendencias en el léxico español actual*. Madrid: Coloquio.
67. Cathelat, B., 1987. *Publicité et Société*. Paris: Payot.
68. Cathelat, B. & Ebguy, R., 1988. *Styles de pub*. Paris: Organisation.
69. Chantôme, M. & Auzan, C., 1993. *Lexiculture, Travail de recherche collective* 93(2), Séminaire de DEA de Robert Galisson. Paris: Université de Paris III.
70. Charaudeau, P., 1983. *Langage et discours, Eléments de sémiolinguistique, Théorie et pratique*. Paris, Hachette.
71. Charaudeau, P. & Maingueneau D. (éd.), 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil.

72. Charolles, M., 1979. Notes sur le discours argumentatif, in *Argumentation et communication, Actes des Journées d'Etudes BELC*, pp. 55-75.
73. Chery, Colin, 1961. *On Human Communication*. New York: Wiley.
74. Chomsky, Noam, 1957. *Syntactic Structures*. The Hague: Mouton.
75. Cohen, J., 1966. *Structure du langage poétique*. Paris: Flammarion.
76. Cohen, J., 1972. Nivelul semantic: Predicația – in *Varii, Poetică și stilistică* – București: Univers.
77. Conti, M., s.a. Il linguaggio della pubblicità, in G.L. Beccaria (éd.), *Linguaggi settoriali e lingua comune*. Milano: Bompiani, pp. 119-139.
78. Corjan, J.C., 2004. *Semiotica limbajului publicitar: textul și imaginea*. Suceava: Editura Universității din Suceava.
79. Cortelazzo, M. et autres, 1974. *Italiano d'oggi, Lingua non letteraria e lingua speciali*. Trieste: Lint.
80. Coseriu, E., 1967. *Teoría del lenguaje y lingüística general*. Madrid, Gredos.
81. Coseriu, E., 1975, Pour une typologie des champs lexicaux, in *Cahiers de Lexicologie*, 75(27), pp. 30-51.
82. Coseriu, E., 1996. Structure lexicale et enseignement du vocabulaire, in *Actes du premier Colloque International de Linguistique Appliquée*, Nancy, pp. 175-252.
83. Courtès, J., 1993. *Sémiotique narrative et discursive*. Paris: Hachette.
84. Cristea, T., 1983. Lingvistica discursului și didactica limbilor străine, in *Limbile moderne în școală* 83(I), pp. 11-19.
85. Cristea, T., 1984. *Linguistique et techniques d'enseignement*. București: TUB.
86. Crubellier, Maurice, 1974. *Histoire culturelle de la France; XIXe-XXe siècles*. Paris: Armand Collin.
87. Cuniță, A., 1980. *La Formation des mots : la dérivation lexicale en français contemporain*. București: Editura Didactică și Pedagogică.
88. Cvasnîi-Cătănescu, M., 2003. Discursul publicitar actual. Aspecte retorice (I-II) în Pană-Dindelegan, G. (éd.). *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale* București: Editura Univesității București, pp. 299-335.

89. Dâncu, V.S., 1999. *Comunicarea simbolică: arhitectura discursului publicitar*. Cluj-Napoca : Dacia.
90. Declercq, G., 1992. *L'art d'argumenter*. Paris : Editions Universitaires.
91. Delbecq, N. & Leuven, R.V., 1990. El lenguaje de la publicidad y su poder de sugestión. Anuncios publicitarios en el País Semanal: los tópicos más frecuentes y su formulación, in *Lingüística Española Actual*, 90(XII), pp. 197-213.
92. Diaconescu, Paula, 1970. Informația semantică și stilistică a unui text, in vol. *Sistemele limbii*, București : Ed. Academiei.
93. Dichter, E., 1961. *La Stratégie du désir*. Paris: Fazard.
94. Dijk, T. A.van, 1972. Aspects d'une théorie générative du texte poétique – in *A.J.Gremais, Essais de sémiotique poétique*. Paris: Larousse.
95. Dijk, T. A.van, 1976. *Programatics, Presuppositions and Context Grammars*. New York: Schmidt.
96. Doyan, A., 1988. *La Publicité*. Paris: Presses Universitaires de France.
97. Dubois, J., 1974. Publicité et fonctions du langage, in *Signification de la publicité*. Liège: Université de Liège.
98. Dubois, J., 1980. *Dictionnaire de linguistique*. Paris: Larousse.
99. Ducrot, O., 1972. *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*. Paris: Herman.
100. Ducrot, O., 1973. *La preuve et le dire*. Paris: Mame.
101. Ducrot, O. et alii, 1980. *Les mots du discours*. Paris: Minuit.
102. Ducrot, O. & Shaeffer, J.M., 1995. *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, IIème éd. Paris: Seuil.
103. Edwards, T. R., 1971. *Imaginations and Power: A Study of Poetry of Public Themes*. New York : Harper's.
104. Eco, U., 1972. *La structure absente*. Paris: Mercure de France.
105. Eco, U., 1973. Lignes d'une recherche sémiologique sur le message télévisuel – in *Varii - Recherches sur les systèmes signifiants*, Mouton, The Hague, 1973.
106. Eco, U., 1994. *La recherche de la langue parfaite dans la culture européenne*. Paris: Seuil.
107. Eggs, E., 1994. *Grammaire du discours argumentatif. Le topique, le générique, le figuré*. Paris: Kimé.

108. Empson, W., 1967. *The Structure of Complex Words*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
109. Enel, F., 1977. *El cartel. Lenguaje / Funciones / Retórica*. Valencia : Fernando Torres-Editor.
110. Escarpit, R., 1958. *Sociologie de la littérature*. Paris: Presses Universitaires de France.
111. Etiemble, 1973. *Parlez-vous franglais ?* Paris: Gallimard.
112. Everaert-Desmedt, N., 1984a. *La communication publicitaire. Etude sémio-pragmatique*. Cabay : Ed. Louvain-La-Neuve, Cabay.
113. Faye, J.-P., 1972. *Langages totalitaires*. Paris: Herman.
114. Feliu García, E., 1984. *Los lenguajes de la publicidad*. Alicante: Universidad de Alicante.
115. Ferraz Martínez, A., 1995. *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco Libros.
116. Ferrer Rodríguez, E., 1989. El lenguaje publicitario en la comunicación, in *Revista de Occidente*, 89(92), pp. 23-37.
117. Ferrer, E., 1994. *El lenguaje de la publicidad*. México: Fondo de cultura economica Tezontle.
118. Finkielkraut, A., s.a. *Ralentir: mots-valises !* Paris : Seuil.
119. Fillmore, C. J., 1965. The Case for Case in variu, *Universals in Linguistic Theory*, N.Y. – Chicago: E. Bach & R.T. Harms, Holt, Rinehart & Winston Inc.
120. Floch, J. M., 1985. *Petites Mythologies de l'oeil et de l'esprit*. Paris-Amsterdam : Ed. Hadés-Benjamin.
121. Floch, J. M., 1995. *Identités visuelles*. Paris: PUF.
122. Floch, J.M., 1990. *Sémiotique, marketing et communication*. Paris: PUF.
123. Florescu, V., 1973. *Retorică și neoretorică. Geneză, evoluție, perspective*. București : Ed. Academiei.
124. Foartă, Ș., 1999. *Prolegomene la o retorică publicitară*. Timișoara : Tipografia Universității Timișoara.
125. Fontanier, P., 1977. *Les Figures du discours*. Paris: Flammarion.
126. Foucault, M., 1968. *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard.
127. Fresnault-Deruelle, P., 1983. *L'Image manipulée*. Paris : Edilig.

128. Fresnault-Deruelle, P., 1993. *L'Eloquence des images*. Paris: PUF.
129. Galliot, M., 1955. *Essai sur la langue de la réclame contemporaine*. Toulouse : Privat.
130. Garavelli, M.B., 1988. *Manuale di retorica*. Milano : Bompiani.
131. Genette, G., 1966-1972. *Figures (I-III)*. Paris : Seuil.
132. Genette, G., 1970. La rhétorique restreinte, in *Communications* 70(16).
133. Genette, G., 1979. *Introduction à l'architexte*. Paris: Seuil.
134. Geoffroy, C., 1970. *Analyse économique de fait publicitaire*. Paris: Ed. Gauthier-Villars.
135. Giurescu, A., 1975. *Les mots composés dans les langues romanes*. Paris: Ed. Mouton.
136. Goddard, A., 2002. *Limbajul publicității*. Iași : Polirom.
137. Golopenția – Eretescu, S., 1988. *Les voies de la pragmatique*. Stanford : Arma Libri.
138. Greimas, A.J., 1966. *Sémantique structurale*. Paris: Larousse.
139. Greimas, A.J., 1970. *Du sens, Essais sémiotiques*. Paris: Seuil.
140. Grévisse, M., 1980. *Le Bon Usage*. Paris: Duculot.
141. Grunig, B.N., 1990. *Les mots de la publicité*. Paris: Presses du CNRS.
142. Guidère, M., 2000. *Publicité et traduction*. Montréal : L'Harmattan
143. Guilbert, L., 1975. *La créativité lexicale*. Paris: Larousse.
144. Guiraud, P., 1966. *La sémantique*. Paris: PUF.
145. Haas, C. R., 1988. *Pratique de la publicité*. Paris: Dunod.
146. Haineault, D.L. & Roy, J.Y. *L'Inconscient qu'on affiche*. Paris : Augier.
147. Halsall, A., 1990. *L'art de convaincre. Le récit pragmatique: rhétorique, argumentation, propagande*. Toronto : Paratexte.
148. Hamon, Ph., 1981. *Introduction à l'analyse du descriptif*. Paris: Hachette.
149. Hamon, Ph., 1993. *Du descriptif*. Paris: Hachette.
150. Hattwich, S., 1969. *Técnicas de marketing y publicidad*. Barcelona : Editorial Hispano-Europea.
151. Hăulică, C., 1981. *Textul ca intertextualitate, Pornind de la Borges*. București : Eminescu.
152. Herbert, N., 1987. *L'Entreprise et son image. La publicité institutionnelle : pourquoi, comment*. Paris : Dunod.
153. Holtz, B., 1976. *Déjouer la publicité*. Paris : Ed. Ouvrières.

154. Hrib, B., 1994. *Publicitatea, a patra dimensiune a comerțului*. București : Tritonic.
155. Jakobson, R., 1963. *Essais de linguistique générale*. Paris: Editions de Minuit.
156. Jakobson, R., 1973. *Questions de poétique*. Paris: Seuil.
157. Jauss, H.R., 1978. *Pour une esthétique de la réception*. Paris: Gallimard.
158. Jeudy, H.P., 1977. *La Publicité et son enjeu social*. Paris: PUF
159. Joannis, H., 1984. *De l'étude de motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes*. Paris: Dunod.
160. Joannis, H., 1984. *Le Processus de création publicitaire. Stratégie, conception et réalisation des messages*. Paris: Dunod.
161. Jost, F., 1985. La publicité vampire, in *Degrés*, 85 (44) pp. 22-26.
162. Joule, R. V. & Beauvois, J. L., 1997. *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
163. Jouve, M., 1991. *La communication publicitaire*. Paris: Bréal.
164. Kapferer, Jean-Noel, 1978. *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*. Paris: Gautier-Villars.
165. Kelley Reardon, K., 1981. *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*. Barcelona : Paidós.
166. Kerbrat – Orecchioni, C., 1986. *L'Implicite*. Paris: Armand-Colin.
167. Kerbrat-Orecchioni, C., 1987. *La Connotation*. Lyon : Presses Universitaire de Lyon.
168. Lasswell, Harold (1948). Bryson, L., ed. *The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies.
169. Le Goffic, P., 1981. *Ambiguïté linguistique et activité de langage*. Paris: Université de Paris VII.
170. Le Groupe, 1970. *Rhétorique Générale*. Paris: Larousse.
171. Lehnisch, J. P., 1989. *Annonce publicitaire et coupon-réponse: un couple gagnant*. Paris: D'Organisation.
172. Lemonier, P., 1985. *Quand la publicité est aussi un roman*. Paris: Hachette.
173. Lindkens, René, 1976. *Essai de sémiotique visuelle*. Paris : Klincksieck.

174. Lindkens, René, 1976. *Essai de sémiotique visuelle*. Paris : Klincksieck.
175. Lo Cascio, V., 2002. *Gramatica Argumentării. Strategii și structuri*. București : Meteora Press.
176. López Diaz, M., 1996. *Metáfora, argumentación y género publicitario*, in *Revue Romane. Langue et Littérature*, 96 (31), pp. 195-213.
177. López Eire, A., 1998. *La retórica en la publicidad*. Madrid: Arco Libros.
178. Lugin G., *Splendeur et décadence de la créativité publicitaire: entre copie formatrice, plagiat crapuleux et allusion parodique*, *ComAnalysis*, 2003/73.
179. Magariños de Moréntin, J.A., s.a. *El mensaje publicitario. Nuevos ensayos sobre semiótica y publicidad*. Buenos Aires: Edicial.
180. Măgureanu, A., 1985. Intertextualitate și comunicare in *SCL* 85 (XXXVI), pp. 10-17.
181. Maingueneau, D., 1998. *Analyser les textes de communication*. Paris: Dunod.
182. Marsille, A., 1983. *Connaître la publicité*. Paris: Stratégies.
183. Martinell, E., 1979. *Lingüística y publicidad*, in *Revista Española de Lingüística*, 79 (2), pp. 55-63.
184. Maslow, A., 1972. *Vers une psychologie de l'être*. Paris: Ed. Fayard, p. 153.
185. McLuhan, M., 1968. *Pour comprendre les médias*. Paris: Mame-Seuil.
186. Meyer, M., 1982. *Logique, langage et argumentation*. Paris: Hachette.
187. Miclău, P., 1981. *Dimensiunea semantică a limbajelor în Semantica și semiotică*, București: E.S.E.
188. Miclău, P., 1977. *Semiotica lingvistică*. Timișoara : Facla.
189. Mihăilă, R., 1985. *Titlul, metatext și intertext, în SCL*, 85 (XXXVI), pp. 73-81.
190. Miron, D. & Moldoveanu, M., 1995. *Psihologia reclamei: publicitatea în afaceri*, București, Libra.
191. Mitto, A., 1972. *Imagine e parole nel modello del messaggio pubblicitario*. Milano : Bompiani.
192. Moirand, S., 1990. *Une grammaire des textes et des dialogues*. Paris: Hachette.

193. Moles, A., 1958. *Théorie de l'information et perception esthétique*. Paris: Flammarion.
194. Moles, A., 1967. *Sociodynamique de la culture*. The Hague : Mouton.
195. Moles, A., 1970. *L'affiche dans la société urbaine*. Paris: Dunod.
196. Moles, A., 1972. *Théorie des objets*. Paris: Editions Universitaires.
197. Moles, A. & Zeltmann, C., 1973. *Les canaux de la communication*. Paris : Marabout Université.
198. Moles, A., 1973. *El Kitsch. El arte de la felicidad*. Buenos Aires : Paidós.
199. Moles, A., 1974. *Sociodinamica culturii*. București: E.S.E..
200. Montadon, A., 1988. *Roule la pub / Essai sur la publicité de l'automobile*. Paris: Ophrys.
201. Neț, M., 1985. Tensiunea textului și intertextualitatea, in *SCL*, 85(XXXVI), pp. 43-51.
202. Nevert, M., 1992. *La langue qu'on affiche. Le jeu verbal dans le slogan publicitaire au Québec*. Montréal : VLS Editem.
203. Nicola, M. & Petre, D., 2001. *Publicitate*. București : SNSPA.
204. Ogilvy, D., 1977. *Les confessions d'un publicitaire*. Paris: Dunod.
205. Ohmann, R., 1973. *Literature as Act*. Chicago: S. Chatman ed.
206. Oléron, P., 1983. *L'Argumentation*. Paris: PUF.
207. Pană-Dindelegan, G. (ed.), 2003. *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*. București: Editura Universității București.
208. Péninou, G., 1975. *Intelligence de la publicité*. Paris: Laffont.
209. Perelman, C. & Olbrechtys-Tyteica, L., 1958. *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Paris: PUF.
210. Pérez, R. & Mignel, A., 1989. *El mensaje publicitario y sus lenguajes*. Madrid: Instituto Nacional de la Publicidad.
211. Perrien, J., Cheron, E.J. & Zins, M., 1986. *Recherche en marketing: méthodes et décisions*. Paris: Gaëtan Morin.
212. Petcu, M., 2001. *Contribuții la istoria publicității în România – procese sociale contemporane și siguranța națională*, versiunea a VII-a, București: A. N. I.
213. Peytard, J. 1975. Lectures d'une aire scriptuelle – La page de journal. *Langue française*, 75(28), pp. 22-26.
214. Piaget, J., 1970. *Le structuralisme*. Paris: PUF.

215. Pignoti, L., 1976. *La superada ideología y lenguaje de la publicidad*. Valencia: Fernando Torres
216. Plantin, Ch., 1990. *Essais sur l'argumentation*. Paris: Kimé.
217. Pocher, L. 1975. Un langage de la publicité. *Langue française*, 75(28), pp. 41-47. Poitou, J., 1992. Remarques sur la création de néologismes. Productivité et acceptabilité, in *Facteurs d'hétérogénéité dans le lexique "Cahiers du Centre Interlangue d'Etudes en Lexicologie de l'Université Paris 7"* 92 (4), pp. 50; 109-123.
218. Pottier, B., 1967. *Présentation de la linguistique*. Paris: Klincksieck.
219. Reboul, O., 1984. *La Rhétorique*. Paris: PUF
220. Reinheimer - Rîpeanu, S. (1974. *Les dérivés parasynthétiques dans les langues romanes: roumain, italien, français, espagnol*. Paris: Mouton.
221. Rendinger, Christine de, 1976. *L'affiche d'intérieur. Le poster*. Paris : Ed. J.P. Delage.
222. Rey-Debove, J., 1973. *La sémiotique de l'emprunt lexical*. Paris: Tra LiLi XI, pp. 109-123.
223. Rochiguez Estrada, M., 1990. *Creatividad lingüística. Diccionario de eufemismos*. México : Botas.
224. Rossi, A., 1969. *Lenguaje y significado*. México : Siglo XXI .
225. Roy, A., 1973. *Les mass media. Canaux de diffusion et moyens d'expression*. Paris: Marabout Université.
226. Russell, B., 1969. *Signification et vérité*. Paris: Flammarion.
227. Sánchez Corral, L., 1991. *Retórica y sintaxis de la publicidad*. Córdoba : Universidad de Córdoba.
228. Sánchez, G. & José, R., 1979. *Introducción a la teoría de la publicidad*. Madrid: Tecnós.
229. Sarkany, Stéphane, 1974. Formes et significations socio-culturelles. *Le journal canadien de recherches sémiotiques*, 74(1) vol. 2, pp. 35-45.
230. Şandru-Olteanu, T., 1972. Bibliografía de los trabajos relativos a la formación de palabras en los idiomas iberorrománicos (1920-1970) in *Boletín de Filología Española*, 72 (42-45), pp. 13-35.
231. Săvulescu, S., 2001. *Retorică și teoria argumentării*. București: SNSPA.
232. Saussure, Ferdinand de, 1916. *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.

233. Scalise, S., 1983. *Morfologia Lessicale*. Padova: Clesp.
234. Searle, J.R., 1972. *Les Actes de langage*. Paris: Hermann.
235. Séguéla, J., 1981. *Hollywood lave plus blanc*. Paris: Flammarion.
236. Séguéla, J., 1983. *Fils de pub*. Paris: Flammarion.
237. Slama-Cazacu, Tatiana, 2000. *Strategii comunicaționale și manipulare* Iași: Polirom.
238. Stanciu, D., 2004. *La publicité: images et discours*. Timișoara : Mirton.
239. Stoichițoiu Ichim, A., 1997. Strategii persuasive în discursul publicitar, I, II, in *Limbă și literatură*, 97 (vol. II), pp. 51-56; 97 (vol. III-IV), pp. 45-54.
240. Stoichițoiu Ichim, A., 2001. *Vocabularul limbii romane actuale. Dinamică, influențe, creativitate*. București: All.
241. *Studii și materiale privitoare la formarea cuvintelor în limba română*, vol. I (1959); vol. II (1961); vol. III (1962); vol. IV (1967); vol. V (1969); vol. VII (1972). București: Editura Academiei.
242. Tabarcea, C. & Crăciun, A., 2003. *Antologie de texte despre publicitate*. București : Editura Universității din București.
243. Thévenot, J., 1976. *Hé ! La France, ton français fout le camp!* Paris : Duculot.
244. Thiele, J., 1985. *Wortbildung des französischen Gegenwartssprache*. Leipzig : WEB Verlag Enzyklopädie.
245. Todorov, T., 1967. *Littérature et signification*. Paris: Larousse.
246. Todorov, T., 1977. *Théories du symbole*. Paris: Seuil.
247. Todorov, T., 1988. *Nous et les autres*. Paris: Seuil.
248. Toulmin, S. E., 1958. *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
249. Touratier, C., 2000. *La sémantique*. Paris: Armand Colin.
250. Tuțescu, M., 1980. *Sur la créativité lexicale*, in RRL.
251. Tuțescu, M., 1998. *L'argumentation. Introduction à l'étude du discours*. București : Editura Universității din București.
252. Vance, P., 1958. *La persuasion clandestine*. Paris: Calmann-Levy.
253. Vasiliu, E., 1985. Intertextualitate: câteva descrieri necesare, in *SCL* 85 (XXXVI), pp. 3-9.
254. Vasiliu, E., 1990. *Introducere în teoria textului*. București : E.E.S.

255. Vettraino-Soulard, M.C., 1972. *Luxe et publicité*. Paris: Retz.
256. Vettraino-Soulard, M.C., 1993. *Lire une image*. Paris: Armand Colin.
257. Victoroff, V., 1980. *La Publicidad y la imagen*. Barcelona : Gustavo Gili.
258. Vlad, C., 2000. *Sensul, dimensiune esențială a textului*. Cluj-Napoca: Dacia.
259. Vultur, S., 1992. *Infinitul mărunt*. București : Cartea Românească.
260. Wagner, R.L., 1968. Réflexions à propos des mots construits en français, in *Bulletin de la Société de Linguistique de Paris*, 68 (fasc. I).
261. Wald, L., 1973. *Sisteme de comunicare umană* . București : TUB.
262. Walter, H., 1988. *Le français dans tous les sens*. Paris: Laffont.
263. Wellek, R. & Warren, A., 1967. *Teoria literaturii*. București: ELU.
264. Zafiu, R., 2001. *Diversitate stilistică în româna actuală*. București: Ed. Universității din București.