

## Journal Information

|               |                                                     |
|---------------|-----------------------------------------------------|
| Journal Title | Communication and Management                        |
| Publisher     | Editions ESKA                                       |
| ISSN          | 2269-7195                                           |
| E-ISSN        | 2271-734X                                           |
| Database      | SCOPUS                                              |
| Domain        | Health Sciences, Physical Sciences, Social Sciences |

## Classification History

| Year      | A+ | A | B | C |
|-----------|----|---|---|---|
| 2026      |    |   | ✓ |   |
| 2025      |    |   | ✓ |   |
| 2024      |    |   | ✓ |   |
| 2023      |    |   | ✓ |   |
| 2021/2022 |    |   | ✓ |   |
| 2020      |    |   | ✓ |   |
| 2019      |    |   | ✓ |   |
| 2018      |    |   |   |   |

**Classification:** The table above shows all journal classifications recorded for each classification year in the Green Journals database. A journal may have more than one classification in the same year.

## Recent Articles

|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Télétravail : vers davantage d'égalité femmes/hommes dans la sphère familiale ?</b><br>2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 73-107<br>Authors: Caroline Diard, Virginie Hachard, Dimitri Laroutis<br>DOI: 10.54695/comma.231.art005                                              |
| <b>Communication émotionnelle des marques de luxe, standardisation et exploitation marchande de l'amour parental</b><br>2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 109-138<br>Authors: Asma Djebbi<br>DOI: 10.54695/comma.231.art006                                                      |
| <b>Éditorial</b><br>2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 3-4<br>Authors: Ewan Oiry<br>DOI: 10.54695/comma.231.art001                                                                                                                                                                |
| <b>Se déconnecter des clics des publics. Analyse genrée des pratiques de déconnexion de gestionnaires de communautés</b><br>2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 49-71<br>Authors: Camille Alloing, Claire Estagnasié, Valérie Reid<br>DOI: 10.54695/comma.231.art004               |
| <b>Le contrat de territoire comme outil de gestion d'une politique publique d'intelligence territoriale : une étude de cas en Région Nouvelle-Aquitaine</b><br>2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 27-47<br>Authors: Olivier Coussi, Ali Amairia<br>DOI: 10.54695/comma.231.art003 |

**Social CRM et rétention : l'essor de l'implication des clients ?**

2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 139-162  
Authors: Alain Noël Sone Mbassi, Colette Jocelyne Muriel Mekoulou Atangana  
DOI: 10.54695/comma.231.art007

**Rôle des artefacts symboliques dans l'innovation à l'hôpital : les enseignements de trois cas**

2026-4-14 Vol. Vol. 23 Issue 1 Pages 5-26  
Authors: Patrick Gilbert, Marie-Ève Laporte  
DOI: 10.54695/comma.231.art002

**La prise en compte de la sémiotique dans la communication symbolique des marques réduit-elle l'écart entre l'émetteur et la perception du récepteur ?**

2025-9-24 Vol. N° 222 Issue 2 Pages 125-141  
Authors: Richard Nkene Ndeme  
DOI: 10.54695/comma.222.0125

**Du deuil à l'action : reprise de l'entreprise familiale et stratégies de succession des veuves**

2025-9-24 Vol. N° 222 Issue 2 Pages 101-124  
Authors: Caroline Hussler, Amal Jrad, Charlotte Le Chapelain  
DOI: 10.54695/comma.222.0101

**« Live Match » et influence virtuelle : quand les marques s'imposent comme médiatrices éthiques des nouveaux espaces d'influence**

2025-9-24 Vol. N° 222 Issue 2 Pages 143-155  
Authors: Frédéric Aubrun, Marie-Nathalie Jauffret  
DOI: 10.54695/comma.222.0143