

1. Record Nr.	UNINA9910275053203321
Autore	Dumas Jean
Titolo	Seduire par les mots : pour des communications publiques efficaces // Jean Dumas
Pubbl/distr/stampa	[Montreal, Que.], : Presses de l'Universite de Montreal, 2007
ISBN	2-7606-3028-5 979-1-03-650233-0 2-7606-2501-X
Edizione	[2nd ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (436 p.)
Collana	Parametres
Disciplina	659.2
Soggetti	Relations publiques Communication ecrite Communication dans les organisations Style administratif Public relations Written communication Communication in organizations Government report writing
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Sur la couv.: Universite de Montreal, Faculte de l'education permanente, Formation a distance.
Nota di bibliografia	Comprend des ref. bibliogr.: p. [427]-436.
Nota di contenuto	Premiere partie : Les fondements de la redaction pour fins de communications publiques -- Pourquoi l'humanite ne saurait s'edifier sans la communication -- Comment les communications publiques utilisent la parole -- Ou s'inscrit la redaction dans les activites de communications publiques -- Deuxieme partie : Les conditions d'efficacite de toute redaction de communications publiques -- Distinguer nettement le public vise -- Transmettre a la fois une information et un message -- Seduire le destinataire sans tronquer la verite -- Troisieme partie : Les conditions d'efficacite liees a l'image de l'entreprise -- Susciter une imprssion favorable -- Entretenir une bonne impression au fil des jours -- Restaurer l'impression quand elle se deteriore -- Quatrieme partie : Les facons de rediger propres a chaque moyen de communiquer -- Rediger pour des communications

écrites -- Rédiger pour des communications orales -- Rédiger pour des communications audio-scripto-visuelles -- Une profession en émergence -- Annexes.

---

## Sommario/riassunto

Cet ouvrage présente 27 outils qui, selon les publics et les situations, permettent des communications efficaces. Un texte alerte, de nombreux exemples et une quarantaine de figures explicatives en font un guide indispensable aux rédacteurs et aux relationnistes. À quoi sert-il de parler si personne ne vous écoute ? À quoi sert-il d'écrire si personne ne vous lit ? Apprenez à développer l'art du mot juste, de la phrase subtile, de la finale irrésistible. Depuis la parution de cet ouvrage, en 2001, le paysage des communications s'est transformé. Des outils classiques de relations publiques, comme le dépliant d'information ou le journal d'entreprise, prennent désormais la voie numérique. Nombre de personnalités ont remplacé les traditionnels communiqués par des blogues dans leur site Internet. C'est là un revirement majeur qui rend cette réédition indispensable.

---