

1. Record Nr.	UNINA9910494727403321
Titolo	E-réputation et influenceurs dans les médias sociaux : Nouveaux enjeux pour les organisations // sous la direction de Francine Charest, Christophe Alcantara, Alain Lavigne et Charles Moumouni ; preface de Nicole Lacasse
Pubbl/distr/stampa	Quebec : , : Presses de l'Universite du Quebec, , 2017 ©2017
ISBN	2-7605-4617-9
Descrizione fisica	1 online resource (368 pages)
Collana	Communication - Relations publiques
Disciplina	659.20285/4678
Soggetti	Entreprises - Image Reseaux professionnels Reputation numerique Reputation Internet in public relations Internet dans les relations publiques Actes de congres. Conference papers and proceedings. Electronic books.
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Webinaire portant sur les pratiques en relations publiques, diffuse simultanement en direct en salle et en ligne par l'entremise d'un lien Internet Textes presentes lors de la 5e edition de la journee d'etude franco-quebecoise sur les pratiques en relations publiques, tenue le 5 avril 2016 sous la forme d'un webinaire diffuse en salle et en ligne. Voir Page viii.
Nota di contenuto	Theories et pratiques professionnelles des relations publiques : tendances observees dans le domaine des medias sociaux / Francine Charest [professeure a l'Universite Laval] et Ema Zajmovic – Processus et repercussions de l'e-influence et de l'e-reputation / Francine Charest [professeure a l'Universite Laval], Christophe Alcantara, Alain Lavigne [professeur a l'Universite Laval] et Charles Moumouni

[professeur a l'Universite Laval] – Influence numerique et campus intelligent : la demarche de l'Universite Laval / Marie-Andree Doran et Nicole Lacasse [professeure a l'Universite Laval] – Trajectoires d'usages et temporalites de la communication professionnelle sur le Web / Jean-Claude Domenget et Josianne Millette [professeure a l'Universite Laval] – Influence numerique et protection juridique de la reputation / Charles Moumouni [professeur a l'Universite Laval]

Sommario/riassunto

"Le capital symbolique d'une organisation peut etre profondement marque, voire determine, par les medias sociaux. Jamais la reputation n'a ete plus cruciale que dans nos societes contemporaines. Dans ce nouveau contexte, quelles sont les bonnes pratiques a adopter pour minimiser le risque que constitue la communication numerique? Cet ouvrage reunit les reflexions d'enseignants-chercheurs nord-americains et europeens issus de disciplines variees et celles de professionnels, d'experts et de praticiens. Offrant un regard pluriel sur les phenomenes d'e-reputation et d'influence, le livre aborde, autant par des articles theoriques que par des etudes de cas, la construction et la definition des dynamiques d'e-reputation et d'influence, les cadres juridiques, les pratiques et enjeux qui y sont lies ainsi que les communautes virtuelles et l'innovation. Autant d'entrees possibles pour apprehender de facon operationnelle les enjeux d'e-reputation ainsi que les influenceurs qui sont a l'oeuvre dans les relations publiques en ligne des organisations".--Resume de l'editeur.
