

1. Record Nr.	UNINA9910794565203321
Titolo	E-Reputation et Influenceurs Dans les Medias Sociaux : Nouveaux Enjeux Pour les Organisations // sous la direction de Francine Charest [and three others] ; 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	Collection Communication et Relations Publiques
Disciplina	659.2
Soggetti	Internet in public relations Reputation
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 été plus cruciale que dans nos sociétés contemporaines. Dans ce nouveau contexte, quelles sont les bonnes pratiques à adopter pour minimiser le risque que constitue la communication numérique? Cet ouvrage réunit les réflexions d'enseignants-chercheurs nord-américains et européens issus de disciplines variées et celles de professionnels, d'experts et de praticiens. Offrant un regard pluriel sur les phénomènes d'e-réputation et d'influence, le livre aborde, autant par des articles théoriques que par des études de cas, la construction et la définition des dynamiques d'e-réputation et d'influence, les cadres juridiques, les pratiques et enjeux qui y sont liés ainsi que les communautés virtuelles et l'innovation. Autant d'entrées possibles pour appréhender de façon opérationnelle les enjeux d'e-réputation ainsi que les influenceurs qui sont à l'œuvre dans les relations publiques en ligne des organisations".--Resume de l'éditeur.
