



Danielle Maisonneuve

2010 | 504 pages

Collection Communication – Relations publiques

978-2-7605-2571-9 **54,00 \$** PAPIER

978-2-7605-2572-6 **40,99 \$** PDF

978-2-7605-2749-2 **40,99 \$** EPUB

LES RELATIONS PUBLIQUES DANS UNE SOCIÉTÉ EN MOUVANCE

4^e édition

Les relations publiques sont omniprésentes dans la société et contribuent à l'établissement de communications qui structurent l'espace public. Ces communications favorisent l'émergence d'une participation citoyenne et d'un engagement organisationnel qui orientent l'évolution des enjeux de société auxquels nous sommes confrontés quotidiennement. Une mutation de la communication, de plus en plus interactive, permet aux citoyens et aux organisations de prendre davantage en charge l'expression de leurs opinions dans un espace médiatique redéfini par l'essor des médias sociaux. Dans ce contexte, le rôle des relations publiques s'inscrit dans une mouvance de dispositifs communicationnels qui évoluent vers une plus grande imputabilité des organisations et des groupes sociaux. Considérant cette nouvelle réalité, Danielle Maisonneuve signe une quatrième version du livre *Les relations publiques dans une société en mouvance*, remaniée en profondeur. Deux nouveaux chapitres s'y ajoutent grâce à l'apport de collaborateurs : l'un sur l'évaluation et les indicateurs mesurables en relations publiques et l'autre sur l'éthique, rappelant le principe qui lie citoyenneté démocratique et relations publiques. Enfin, des études de cas tirées des dossiers des Prix d'excellence 2009 de la Société québécoise des professionnels en relations publiques actualisent le propos.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction : relations publiques et communication des organisations

L'EXERCICE DES RELATIONS PUBLIQUES : DE PROPAGANDE À INTERINFLUENCE

Au cœur de l'exercice du pouvoir • Les relations publiques au Québec • L'apparition progressive de nouveaux modèles • Une déontologie professionnelle en devenir • Relations publiques ou marketing social ? • Le consumérisme postcapitaliste et l'impérialisme néolibéraliste • Nouvelles préoccupations sociales, managériales et scientifiques • Communication participative • Les relations publiques : ni placebo, ni remède miracle • L'influence des approches scientifiques • Un corpus de connaissances centré sur les meilleures pratiques • L'émergence du courant relationnel • Étude de cas : Groupe Canam

LES RELATIONS TRANSPUBLIQUES

L'intersubjectivité, mythe ou réalité ? • Utiliser les relations publiques dans ce processus d'influence • La méthode RACE • Le cadre normatif d'une politique de communication • Étude de cas : Ville de Sherbrooke

LE RECOURS À LA RECHERCHE : DÉVELOPPEMENT DES SAVOIRS EN RELATIONS PUBLIQUES

S'ouvrir à une pluralité d'opinions • Mais de quel type de recherche a-t-on besoin ? • Élargir sa vision de l'organisation • Multiplier les points de vue et les sources d'information • Le groupe focus • L'analyse du climat de travail • Les entrevues individuelles • Le balisage • La veille et l'importance du *feed-forward* • Intégrer diverses méthodes de recherche • Étude de cas 1 : Ordre des chiropraticiens du Québec • Étude de cas 2 : Héma-Québec

STRATÉGIE DE MISE EN RELATION : FAVORISER UNE APPROCHE INCLUSIVE ET INTERACTIVE

Plan de communication et approche stratégique • Bien connaître les parties prenantes de l'organisation • Un contexte pluridimensionnel • Caractéristiques générales des publics • Segmenter pour personnaliser la mise en relation • Opter pour une diversité de moyens et favoriser l'interactivité • Étude de cas : Ville de Québec

DÉMOCRATIE ET INFORMATION CITOYENNE DANS L'ESPACE MÉDIATIQUE

La diffusion revisitée • Une nouvelle d'intérêt public ? • La mise en relation avec les médias • Le communiqué de presse : jalons et embûches • Conférence de presse • L'interview exclusive • Les interviews • La gestion des relevés de presse et leur analyse • Étude de cas : Acti-Menu

LA RÉDACTION DE DISCOURS

D'abord un rôle conseil • Pas de rédaction sans recherche • Clarifier le propos • Préparer le canevas de base • Rédiger l'allocation • Deux méthodes • Stratégies et techniques de rédaction • Un triple défi • La période de questions • Illustrer une allocation • Retransmission • Pour réussir une présentation orale • Étude de cas : Amnistie internationale

L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS : À LA RENCONTRE DES PUBLICS DE L'ORGANISATION

Le choix d'un thème • Une logistique à toute épreuve • Établir un échéancier réaliste • La participation des médias à l'événement • Prévoir les besoins de tous les publics • Participer à une exposition ou à un salon • Quelques conseils • Étude de cas : AETMIS

GESTION DE CRISE : PRÉVENTION, FORMATION, INTERVENTION

Act of God ou négligence criminelle ? • Identification de tous les intervenants • Conception du plan d'urgence • Tout prévoir, surtout l'imprévisible ! • Identifier les potentiels de crise • Former les intervenants • La simulation • Et survit la crise... • Intervenir et évaluer les façons de faire • Leadership et contrôle • L'après-crise • Étude de cas : FMSQT

L'ÉVALUATION ET LES INDICATEURS MESURABLES EN RELATIONS PUBLIQUES

À la base d'une pratique éclairée des relations publiques • Que peut-on évaluer et quand le faire ? • L'évaluation intégrée à la prestation de services • Vers la reconnaissance de la véritable valeur des relations publiques • Étude de cas : Bombardier

QUELLE ÉTHIQUE POUR LES RELATIONS PUBLIQUES ?

Vie démocratique et relations publiques • L'exigence éthique • La fonction et les exigences éthiques du métier de relationniste • L'exercice responsable du jugement

Conclusion : l'imputabilité sociale des relations publiques

AUTEURE

DANIELLE MAISONNEUVE est professeure à la Faculté de communication de l'Université du Québec à Montréal. Elle y a fondé la Chaire de relations publiques et communication marketing et mis sur pied deux baccalauréats, soit les programmes de relations publiques et de communication marketing.

Avec la collaboration de Pierre Bérubé, Ritha Cossette et Guy Litalien.

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Distribution

Canada : Prologue inc.

Belgique : Patrimoine SPRL

France : SODIS / AFPU-Diffusion

Suisse : Servidis SA



418 657-4399

puq@puq.ca

Plus de
1 400 livres
à feuilleter

PUQ.CA



Presses
de l'Université
du Québec