

SUGGESTIONS DE LECTURE

- Les relations publiques autrement **19 \$**
- Les relations publiques dans une société en mouvance – 4^e édition **42 \$**
- Les expositions internationales, un univers de communication **30 \$**
- Le protocole **29 \$**
- L'organisation d'un événement **25 \$**
- La communication en congrès **49 \$**
- Gérer une revue de presse **32 \$**
- La communication des risques **29 \$**
- Les relations publiques **40 \$**
- Des campagnes de communication réussies **39 \$**
- L'écriture de presse **27 \$**
- Mesurer l'insaisissable **39 \$**
- Les relations publiques dans une société en mouvance **40 \$**
- Un monde sans fil **20 \$**

DISTRIBUTEURS

CANADA
PROLOGUE INC.

BELGIQUE
PATRIMOINE SPRL

FRANCE
DIFFUSION AFPUD
DISTRIBUTION SODIS

SUISSE
SERVIDIS SA

**NOS LIVRES SONT EN VENTE
CHEZ VOTRE LIBRAIRE...**

**VISITEZ LE WWW.PUQ.CA
POUR LES FEUILLETER EN LIGNE.**

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec 

LES RELATIONS PUBLIQUES, UNE PROFESSION EN DEVENIR

Michel Dumas

2010, 194 pages

Collection Communication – Relations publiques

978-2-7605-2651-8

25 \$ | **19 €**



 **Presses
de l'Université
du Québec**

ASSOCIÉS TANTÔT À DES manipulateurs d'opinion, tantôt à des doreurs d'image, les professionnels des relations publiques souffrent de leur mauvaise réputation. Accusés de masquer la vérité au profit de l'organisation qui les emploie et, par conséquent, au détriment de la société, la majorité d'entre eux travaillent pourtant activement à maintenir des relations harmonieuses entre l'organisation et ses publics afin d'aider les deux parties à réaliser leurs objectifs. ▶

Le constat de Michel Dumas : l'absence de réglementation nuit directement à la profession. Actuellement, n'importe quel communicateur peut se présenter comme un professionnel des relations publiques et employer les méthodes qu'il entend. Il devient urgent de protéger le public contre ces *spin doctors* en accordant une reconnaissance officielle aux véritables professionnels. Aussi, cet ouvrage veut montrer que les relations publiques sont une profession en devenir, centrée autour d'une définition de plus en plus commune, s'appuyant sur un corps de connaissances éprouvé, bénéficiant d'un rayonnement certain dans les milieux de l'enseignement et de la recherche et encadrée par des associations nationales et internationales qui engagent leurs membres à respecter un code d'éthique.

L'AUTEUR

- ▶ *Michel Dumas est diplômé en relations publiques de l'Université de Boston. Il a exercé les fonctions de directeur de communication dans diverses organisations avant de mettre sur pied un cabinet-conseil qu'il a présidé pendant plusieurs années. Il est aujourd'hui professeur associé au Département de communication sociale et publique de l'UQAM et consultant international en relations publiques.*

SOMMAIRE

■ LA NAISSANCE D'UNE OCCUPATION PROFESSIONNELLE

Une occupation professionnelle du xx^e siècle ■ Les origines des relations publiques aux États-Unis ■ La naissance des relations publiques au Canada ■ La révolution tranquille des relationnistes au Québec

■ L'ORGANISATION PROFESSIONNELLE

En quête d'une profession ■ L'organisation professionnelle

■ UNE PROFESSION QUI A DU MAL À SE DÉFINIR

Les premières définitions ■ Les définitions des associations professionnelles ■ Le management stratégique des relations ■ Une définition universelle? ■ Pour une définition inclusive

■ VERS UN CORPUS DE CONNAISSANCES UNIVERSEL

La recherche sur un corpus de connaissances spécifique ■ Les fondements des relations publiques ■ Les relations publiques comme fonction de management et de communication ■ Les procédés et la méthode des relations publiques ■ La pratique professionnelle ■ Le contexte organisationnel de la pratique ■ Une grille de classification ■ Vers un corpus de connaissances universel

■ LA FORMATION EN RELATIONS PUBLIQUES

L'enseignement des relations publiques ■ Un premier document-phare sur la formation ■ Les prises de position des associations professionnelles ■ La formation en relations publiques au Canada ■ La formation au cœur de la profession

■ LA RECHERCHE ET LES MODÈLES DE RELATIONS PUBLIQUES

Les artisans de la recherche ■ Des modèles de relations publiques ■ L'étude sur l'excellence ■ La recherche sur les connaissances fondamentales ■ Une perspective européenne ■ Le Forum de Bled ■ La recherche et les praticiens ■ Les publications

■ LA PRATIQUE PROFESSIONNELLE

La théorie des rôles ■ Les recherches sur la pratique des relations publiques ■ Un profil de l'industrie à l'aube du nouveau millénaire ■ Un profil de la pratique des relations publiques dans les années 2000 ■ La pratique et les enjeux de la communication d'entreprise ■ Un sondage mondial sur la pratique des relations publiques ■ Les grandes tendances de la pratique professionnelle

■ LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

L'encadrement de la carrière ■ Les paramètres du développement professionnel ■ Un engagement des professionnels envers la formation continue ■ Les principales offres d'activités de perfectionnement professionnel

■ LA QUESTION DE L'ÉTHIQUE PROFESSIONNELLE

Un code d'éthique qui fait école ■ L'environnement de l'éthique ■ Des codes d'éthique pour aujourd'hui

■ LA RECONNAISSANCE PROFESSIONNELLE

Les modalités d'application des standards professionnels ■ Le programme d'agrément ■ Le débat autour de la reconnaissance professionnelle ■ L'expérience de la reconnaissance professionnelle dans certains pays

■ L'AVENIR DE LA PROFESSION

Une profession à consolider et à reconnaître

■ ANNEXES

Relations publiques et communication : un manifeste ■ Programmation consolidée de recherche ■ Protocole mondial sur l'éthique en relations publiques 2009-2010 ■ Programme d'étude en vue de l'agrément