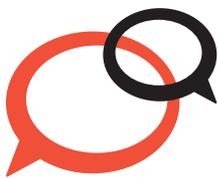


# RENDEZ-VOUS PUQ



## Table Ronde

### LA GESTION DE LA RÉPUTATION

Les organisations ne sont pas à l'abri des informations négatives diffusées dans les médias traditionnels et sociaux. Les professionnels en communication doivent privilégier certaines stratégies pour endiguer les critiques négatives et ainsi protéger la réputation des organisations pour lesquelles ils travaillent.

Animation assurée par **Bernard Motulsky**, titulaire de la Chaire de relations publiques et communication marketing et professeur à l'UQAM.

19 février 2018 de 12 : 30 à 13 : 30

À l'UQAM, Salle R-M110 (Pavillon des Sciences de la gestion)

La table ronde sera accessible en webdiffusion à partir du lien suivant :  
<http://webdiffusion.uqam.ca/table-ronde-relations-publiques/>

# LES PARTICIPANTS

## ■ ISABELLE PERRAS,

Vice-présidente principale, Communications  
SNC-Lavalin

**Isabelle Perras**, cadre supérieure en communications et stratège en affaires publiques, possède une compréhension approfondie de l'opinion publique et de son impact sur les réalités du commerce à l'international. Elle est présentement vice-présidente principale, Communications d'entreprise chez SNC-Lavalin, une entreprise mondiale d'ingénierie spécialisée en gestion de projets offrant des services professionnels entièrement intégrés et un acteur de premier plan en matière de propriété d'infrastructures.

## ■ NADIA SERAIOCCO,

Chargée de cours  
École des médias de l'UQAM

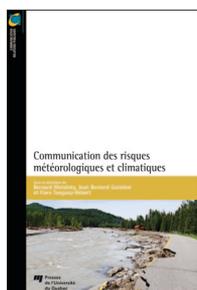
**Nadia Seraiocco** a travaillé près de 15 ans en relations publiques, entre autres comme porte-parole et stratège pour la ville de Montréal, le Musée des beaux-arts du Canada et la société RECYQ-Québec. Puis, elle a entrepris des études doctorales en communication à l'UQAM, où elle est aussi chargée de cours à l'École des médias de depuis 2013. Dans son parcours professionnel, elle s'est spécialisée en communication de crise et dans l'usage des médias sociaux en relations publiques. Elle est chroniqueuse techno à la Première chaîne de Radio-Canada, à l'émission La sphère, collaboratrice à l'émission Médium Large et à RDI Matin édition week-end.

## ■ PIERRE GINCE, ARP,

Président fondateur  
DIRECTION Communications stratégiques et Mesure Média

**Pierre Gince** a créé la firme de relations publiques DIRECTION Communications stratégiques en 1994 et la firme d'analyse et d'évaluation des médias Mesure Média en 2015, après avoir fait de l'analyse de presse dès 1996. De son parcours professionnel, on retiendra qu'il a été journaliste en presse parlée et écrite (1976 à 1984), conseiller d'un ministre du gouvernement du Québec (1984 à 1985), conseiller au sein de trois cabinets de relations publiques (1986 à 1994) et chargé de cours et conférencier invité au Québec et à l'étranger depuis 2001.

Nos ouvrages sont disponibles en formats papier et numérique sur notre site Internet au [WWW.PUQ.CA](http://WWW.PUQ.CA).



35<sup>00</sup>\$ PAPIER

## COMMUNICATION DES RISQUES MÉTÉOROLOGIQUES ET CLIMATIQUES

Sous la direction de Bernard Motulsky, Jean Bernard Guindon et Flore Tanguay-Hébert

Nous sommes tous exposés à des risques météorologiques et climatiques pouvant avoir des conséquences sur notre quotidien. Ce livre veut faire comprendre le rôle de la communication dans la gestion du risque et aborde les notions relatives à la communication de risques, la pratique de la communication proprement dite et la communication dans le contexte du numérique et de ses répercussions collectives.

Également offert en anglais.

2017 | 304 pages | 978-2-7605-4704-9



35<sup>00</sup>\$ PAPIER  
25<sup>99</sup>\$ PDF  
E PUB

## 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

Le capital symbolique d'une organisation peut être profondément marqué, voire déterminé, par les médias sociaux. Jamais la réputation n'a été plus cruciale que dans nos sociétés contemporaines. Cet ouvrage offre un regard pluriel sur les phénomènes d'e-réputation et d'influence. Il aborde 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.

2017 | 364 pages | 978-2-7605-4616-5



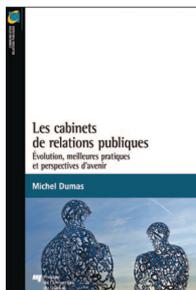
47<sup>00</sup>\$ PAPIER  
34<sup>99</sup>\$ PDF  
E PUB

## MÉDIAS SOCIAUX ET RELATIONS PUBLIQUES

Sous la direction de Francine Charest, Alain Lavigne et Charles Moumouni

Portant sur l'utilisation des médias sociaux à des fins de relations publiques, l'ouvrage comporte des articles théoriques, des études de cas, des bilans et perspectives, ainsi que des outils qui orienteront les professionnels dans leur pratique, c'est-à-dire dans la création de liens sociaux avec les différents publics des organisations.

2015 | 368 pages | 978-2-7605-4179-5



26<sup>00</sup>\$ PAPIER  
17<sup>99</sup>\$ PDF  
EPUB

## LES CABINETS DE RELATIONS PUBLIQUES

### Évolution, meilleures pratiques et perspectives d'avenir

Michel Dumas

Pourquoi faire appel à un cabinet de relations publiques? Quelle formation, quelle expérience et quelles habiletés les consultants doivent-ils posséder? Comment répondre efficacement aux besoins de la clientèle et en même temps savoir gérer et rentabiliser un cabinet? Voilà quelques-unes des questions auxquelles répond l'auteur de cet ouvrage en esquisant les meilleures pratiques de la gestion de la clientèle et de celle du cabinet lui-même.

---

2014 | 216 pages | 978-2-7605-4098-9

---

Suivez-nous :  [puq.ca/blogue](http://puq.ca/blogue)  [twitter.com/PressesUQ](https://twitter.com/PressesUQ)  [facebook.com/PressesUQ](https://facebook.com/PressesUQ)