

Communication de crise et médias sociaux

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Communication de crise et médias sociaux : anticiper et prévenir les risques d'opinion, protéger sa e-réputation, gérer les crises / Emmanuel Bloch

A pour autre édition sur un support différent : Communication de crise et médias sociaux anticiper et prévenir les risques d'opinion, protéger sa e-réputation, gérer les crises Emmanuel Bloch 2011 Paris Dunod Fonctions de l'entreprise 978-2-10-057684-5

Auteur(s) : Bloch, Emmanuel (19..-....)

Publication : Paris : Dunod

Date de copyright : C 2012

Description matérielle : 1 volume (xiii-209 pages) : illustrations, tableaux, couverture illustrée en couleurs ; 24 cm

Collection : Fonctions de l'entreprise Marketing communication

ISBN : 978-2-10-056416-3

EAN : 9782100564163

Appartient à la collection : Fonctions de l'entreprise. Série Marketing, communication 1634-9687

Titre de dos : [Communication de crise et médias sociaux.]

Classification décimale Dewey : 658.45
658.405

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie p. 205-206. Liste de sites internet p. 206. Notes bibliographiques. Index

Résumé ou extrait : "Cet ouvrage illustré de nombreux exemples de crise d'image, crise industrielle, crise internationale ou locale... permet aux responsables marketing ou communication de comprendre ce que changent les médias sociaux à la communication de l'entreprise. Il donne les clés pour reconnaître les signaux faibles, anticiper les risques de crise sur les médias sociaux et communiquer efficacement en cas

de crise."

Sujet - Nom commun : Gestion des crises

Relations publiques et Internet

Réputation numérique