

Bibliographie

Erratum

Adary, A. (2020). Communicator : Toute la communication pour un monde responsable (9e éd.). Dunod. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/2081491>

Amossy, R. (2021). Chapitre 2. L'ethos discursif ou la mise en scène de l'orateur. In L'argumentation dans le discours: Vol. 4e éd. (p. 71-100). Armand Colin; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arco.amoss.2021.01.0071>

Adzato, K. M. (2022). Etude sur la communication RSE dans l'industrie de la mode : Comprendre la perception et les attitudes des consommateurs. Etude de cas : La marque Zara [UCLouvain]. <https://hdl.handle.net/2078.1/thesis:37544>

Alloing, C. (2022). Évaluer la communication des organisations : 7 concepts et leurs mesures. Presses de l'Université du Québec. <https://go.exlibris.link/DSJwZvXr>

Awono, R. (2015). La communication territoriale : Constructions d'un champ. Communiquer (Montréal. 2015), 15(15), 85-106. <https://doi.org/10.4000/communiquer.1686>

Bardin, L. (2013). L'analyse de contenu. P.U.F. <https://go.exlibris.link/JDDGt1fW>

Bessières, D. (2019). Le management de la communication publique numérique : Des usages contrôlés. Communication & management, 16(2), 19-30. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/comma.162.0019>

Buttice, S. (2020). Analyse de l'impact sur la crédibilité des voyants et médiums suite à leur communication sur Internet :  tude de cas en régions francophones [UCLouvain]. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3617435>

Chamard, C., & Schlenker, L. (2017). La place du marketing territorial dans le processus de transformation territoriale. Gestion et management public, 6 / 1(3), 41-57. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/gmp.061.0041>

Charron, J. (2022). La communication publique : Pratiques et enjeux. Presses de l'Université de Montréal PUM. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3627700>

Cohen, R. (2008). Global Diasporas: An Introduction (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203928943>

De Oliveira, J.-P. (2020). Organisations et communication : Les enjeux de la com' en contexte néolibéral = Organisations & communication : Les enjeux de la com' en contexte néolibéral. Campus Ouvert. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/2079991>

Der ze, G., 19...-... (2019). Méthodes empiriques de recherche en information et communication (2e édition). De Boeck supérieur. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/2065983>

Digout, J., 1957-... (2016). Web social : Le Web 2.0 au service de la création de valeur dans l'entreprise. Vuibert. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1924018>

Dumas, A., & Martin-Juchat, F., 19...-... (2022). Les communications affectives en organisations. De Boeck supérieur. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3634568>

Giully, É. (2013). La communication institutionnelle. Privé/public : Le manuel des stratégies. Presses Universitaires de France; Cairn.info. <https://www.cairn.info/la-communication-institutionnelle--9782130621355.htm>

Giully, É., 1952-... (2016). La communication institutionnelle : Privé/public : Le manuel des stratégies (2e éd., 2e tir.). PUF. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/2084358>

Goncalves, O. (2019). Chapitre 19. Attractivité des territoires et marketing territorial. In La recherche en management du tourisme (p. 335-346). Vuibert; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/vuib.clerg.2019.01.0335>

Joly, M. (2015). Introduction à l'analyse de l'image (3e éd.). Armand Colin. <https://go.exlibris.link/XtFvHkPM>

Kohn, L., & Christiaens, W. (2014). Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : Apports et croyances. Reflets et perspectives de la vie économique, LIII(4), 67-82. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rpve.534.0067>

Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hemonnet-Goujot, A. (2022). Marketing management (16e édition, nouvelle présentation). Pearson. <https://go.exlibris.link/8327wjmW>

Laurent, É. (2019). III. Les formes de la confiance: Vol. uvelle édition (p. 35-42). La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/economie-de-la-confiance--9782348043550-p-35.htm>

Lelièvre, A. (2018). La communication web des services de renseignement : Étude sémio-pragmatique. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3384946>

Libaert, T. (2016). La communication corporate. Dunod. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3247156>

Libaert, T., & Westphalen, M.-H. (2018). La communication externe des entreprises. Dunod. <https://go.exlibris.link/tbnc6Dhk>

Maigret, É. (2015). Sociologie de la communication et des médias (3e éd.). Armand Colin. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1861768>

Masset, J., & Decrop, A. (2019). Chapitre 7. Techniques de collecte de données qualitatives. In La recherche en management du tourisme (p. 139-153). Vuibert; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/vuib.clerg.2019.01.0139>

Mayol, S., Barabel, M., Meier, O., Vidal, M., & Auboiron, P. (2011). Chapitre 3. Les autres champs d'action du 2.0 et du 3.0. In Le marketing 3.0 (p. 117-158). Dunod; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dunod.mayol.2011.01.0117>

Mégard, D., 1952-... (2022). La communication publique et territoriale (3e édition). Dunod. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3624417>

Pasquier, M. (2017). Chapitre 2. Communication publique : Définitions, fonctions et types. In Communication des organisations publiques (1-2e éd., p. 35-72). De Boeck Supérieur; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dbu.pasqu.2017.01.0035>

Peiffer, C. (2015). Convaincre en toute situation : Techniques d'argumentation persuasive. 50 Minutes. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3246657>

Réguer, D. (2011a). Chapitre 1. Introduction : La réputation à l'heure du digital. In E-reputation (p. 1-16). Dunod; Cairn.info. <https://www.cairn.info/e-reputation--9782100565535-p-1.htm>
Réguer, D. (2011b). E-reputation. Manager la réputation à l'heure du digital. Dunod; Cairn.info. <https://www.cairn.info/e-reputation--9782100565535.htm>

Rome, M. (2017). La crédibilité des partenariats entre influenceurs digitaux et marques. <https://go.exlibris.link/mLlBkgG8>

Rouquette, S. (2017). Site internet : Audit et stratégie. De Boeck Supérieur; Cairn.info. <https://www.cairn.info/site-internet-audit-et-strategie--9782807306646.htm>

Rouquette, S., 1975-... (2009). L'analyse des sites internet : Une radiographie du cybersp@ce. De Boeck. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1452659>

Shiller, R. J., 1946-... (2005). Irrational exuberance (2nd ed.). Broadway Books. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1902802>
<https://doi.org/10.4324/9780203928943>

<https://www.deskeco.com/2020/10/29/la-rdc-classee-au-9eme-rang-des-pays-africains-sur-lattractivite-des-investissements-selon-les-chefs>

<https://www.cap-com.org/quest-ce-que-la-communication-publique>

<https://www.cap-com.org/infographie-de-la-communication-publique>

<https://www.l-expert-comptable.com/a/529709-qu-est-ce-qu-un-investissement.html>

<https://emnbelgium.be/fr/publication/etude-de-la-migration-congolaise-centre>

Immigration en Belgique — Wikipédia (wikipedia.org)

https://fr.wikipedia.org/wiki/Immigration_en_Belgique

<https://www.marketing91.com/organizational-communication/>

<file:///C:/Users/rosyt/Downloads/20180118%20-%20Th%C3%A8se.pdf>

<https://www.investindrc.cd/fr/IMG/pdf/decret-anapi.pdf>

<https://investindrc.cd/fr/Volume-des-investissements-directs-et-rangers-IDEs-en-sigle>

Qu'est-ce que l'analyse descriptive ? - BORYL