



COMMUNICATION DES ENTREPRISES COMMERCIALES EN RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO

Après un constat de défaillance de la pratique de la communication institutionnelle en R.D.C., dégagé à partir de l'observation empirique et des données d'une enquête, Dyna Albert POMBO a assigné un double objectif à cet ouvrage :

- Plaider et sensibiliser les dirigeants des institutions commerciales congolaises sur la nécessité de pratiquer la communication institutionnelle afin de créer, soigner et/ou entretenir une bonne image de leur institution. Son plaidoyer, il le justifie en se fondant sur une réalité indiscutable : la communication institutionnelle peut être une aide appréciable à l'action commerciale d'une institution, du fait qu'en créant sa bonne image, elle induit la bonne perception de ses produits ou services. Ce qui poussera le client à les apprécier et les acquérir.

- Le deuxième objectif, c'est de venir en aide à ceux des dirigeants qui voudraient la pratiquer, mais qui sont butés à la difficulté de bien la développer, en leur donnant un schéma pratique et clair à suivre.



Dyna Albert POMBO NGUNZA, docteur en relations internationales, option communication internationale (Paris II – Lubumbashi), DEA en communication (Paris II), et en marketing (Paris 16, ADETEM), professeur des universités, en SIC, 9 ans doyen de la faculté de communication à l'Institut

Facultaire des Sciences de l'Information et de Communication, de Kinshasa, 21 ans d'expérience en communication marketing d'une grande brasserie de Kinshasa, R.D.Congo.

ISBN : 978-2-343-07640-9

15 €



Conception graphique : Julien Denieuil



L'Harmattan

Dyna Albert POMBO NGUNZA

Dyna Albert POMBO NGUNZA

COMMUNICATION DES ENTREPRISES COMMERCIALES EN RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO

Préface de Mwayila Tshiyembe

COMMUNICATION DES ENTREPRISES COMMERCIALES
EN RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO