

# *Gestion De La Réputation De L'Ecole Primaire Par Les Chefs D'Etablissement : Examen Des Stratégies Adoptées*

Bila Menda Philippe ; Ngandu Kyoso Lushimbula Adolphe ; Lobela Caroline ; Katabua Kamovo Francois ; Etienne Lufungula Etienebey

Université Pédagogique Nationale

Auteur correspondant : Bila Menda Philippe, email : [bila.menda@gmail.com](mailto:bila.menda@gmail.com)



**Résumé :** L'étude s'intéresse à la gestion de la réputation de l'école par les chefs d'établissement. Pour comprendre cette situation, l'étude a soulevé deux questions et a émis deux hypothèses.

Pour récolter les données, vérifier les hypothèses et atteindre les objectifs, la méthode d'enquête appuyée par les techniques de questionnaire et documentaire a été utilisée. L'analyse du contenu et l'analyse statistique nous ont aidé dans le traitement des données. L'enquête s'est déroulée auprès de 30 chefs d'établissement des écoles primaires.

Après analyse et interprétation, les résultats concernant l'impact de la réputation sur l'organisation interne de l'école sont sans appel : la majorité des répondants affirment que la réputation influence fortement le fonctionnement interne de l'école. Une réputation solide favorise la cohésion interne, l'engagement du personnel et une gestion efficace des ressources, l'importance d'une bonne gestion de la réputation pour attirer des ressources et maintenir un environnement propice à l'éducation. Une réputation positive facilite les relations avec les parents et la communauté, ce qui, à son tour, soutient le financement, la participation et la gestion des événements scolaires. La réputation influence le fonctionnement et l'organisation interne de l'école (96,7%). Plusieurs stratégies de gestion de la réputation seraient adoptées dans les écoles. Il s'agirait de mettre ou d'investir dans le personnel de l'école, d'organiser des formations régulières, des ateliers et des séminaires permet aux intervenants de rester à jour avec les dernières tendances et innovations pédagogiques ; créer un environnement collaboratif et inclusif ; mettre en valeur les réussites des étudiants ; utiliser les outils numériques pour renforcer votre image de marque. Un site web bien conçu, des réseaux sociaux actifs et une stratégie de marketing digital pourraient considérablement influencer la perception de votre école.

**Mots clés :** Gestion, Réputation, Chef d'établissement scolaire, Ecoles primaires.

## **I. Introduction**

Une école est une institution d'enseignement chargée d'encadrer les jeunes générations, dans cette mission l'école manipule les ressources pour atteindre les objectifs éducatifs qu'elle s'est assigné. L'élève qui est l'agent principal de l'école constitue donc le consommateur direct des offres éducatives mise à disposition par l'école. Cependant en dehors des élèves qui sont des consommateurs directs, il y a les parents, l'État et la société qui font partie des consommateurs directs des produits de l'école. Il est donc avéré qu'une école qui vise l'efficacité dans tout ce qu'il fait mise sur sa réputation.

La réputation des écoles primaires est déterminée par divers facteurs, dont la qualité de l'enseignement, les relations avec les parents, et la gestion des crises. Une bonne réputation est cruciale pour attirer les élèves, recruter des enseignants qualifiés, et obtenir des financements. Une gestion efficace de la réputation renforce la confiance des parties prenantes et améliorer l'engagement communautaire. Inversement, une mauvaise réputation entraîne des baisses d'inscriptions, une insatisfaction des parents et des enseignants, et des difficultés financières. La qualité de l'enseignement est un facteur clé. Les écoles doivent maintenir des normes

élevées pour assurer la satisfaction des élèves et des parents. Une communication inefficace ou insuffisante avec les parties prenantes peut nuire à la réputation. Les écoles doivent gérer la communication interne et externe de manière proactive et transparente.

Les incidents négatifs, tels que les conflits internes, les problèmes de sécurité ou les scandales, peuvent gravement affecter la réputation. La capacité à gérer ces crises de manière rapide et efficace est essentielle. L'engagement avec la communauté et les parents joue un rôle vital. Les écoles doivent développer des relations positives et collaboratives pour renforcer leur image.

De nombreuses écoles, en particulier dans les contextes moins favorisés, disposent de ressources limitées pour gérer leur réputation. Cela peut restreindre leur capacité à mettre en œuvre des stratégies efficaces de communication et de gestion de crise. Une mauvaise réputation conduit à des inspections négatives et à des sanctions administratives. Une réputation négative peut influencer la perception du public et entraîner des problèmes d'inscription, affectant directement la viabilité financière de l'établissement. Une réputation dégradée peut affecter le moral des enseignants et des élèves, menant à une baisse de motivation et de performance.

Développer des stratégies de communication efficaces, y compris l'utilisation des médias sociaux et des canaux de communications traditionnels, pour maintenir une image positive. Impliquer les parents, les élèves et la communauté dans les activités de l'école et le processus décisionnels pour renforcer les relations et améliorer la perception. Former le personnel à la gestion de la réputation et à la gestion des crises pour mieux préparer l'établissement à faire face aux incidents négatifs. Mettre en place des mécanismes pour surveiller et évaluer régulièrement la réputation de l'école afin de détecter et résoudre les problèmes potentiels avant qu'ils ne deviennent graves.

La gestion de la réputation des écoles primaires est une tâche complexe nécessitant une approche intégrée qui combine une communication efficace, une gestion proactive des crises, et un engagement continu avec les parties prenantes. Les questionnaires scolaires doivent surmonter divers défis pour maintenir et améliorer leur image publique de leurs écoles, ce qui est essentiel pour leur succès à long terme.

Dans le domaine de la science, un sujet de recherche n'est jamais choisi au hasard sans être à la recherche de solution d'un problème économique ou social qui se pose au sein de la société. De même, cette étude est orientée vers la stratégie de gestion de la réputation des écoles primaires. La motivation de la présente étude est exprimée à travers trois catégories d'intérêt : intérêt personnel ; intérêt scientifique ; intérêt social.

Notre intérêt est né au moment où nous avons constaté que la gestion des écoles primaires pose multiples questions, problèmes et leur stratégie ainsi que leur réputation suscite autant de contradiction et de débat, ce sujet fait couler autant d'encre et salives ; l'idée pour nous est de voir clair la gestion des écoles primaires et chercher les pistes de solution aux problèmes liés à la stratégie au bon fonctionnement de ses écoles primaires, leur réputation. C'est dans ce sens que nous avons trouvé de l'intérêt à faire de recherche en rapport avec ce sujet.

D'un point de vue scientifique, le travail scientifique est une activité obligatoire à la fin du cycle de licence pour tout étudiant à la recherche du grade de licence. Ce travail a été pour nous l'occasion d'approfondir les théories acquises sur la stratégie de gestion de la réputation des écoles primaires et pourra aider d'autres chercheurs qui traiteront ce sujet sous d'autres dimensions et vont s'en inspirer, et éventuellement nous compléter pour une meilleure évolution scientifique. En tout état de cause, ce travail restera, nous osons l'espérer, une référence académique pour les générations futures.

Sur le plan social, la société congolaise bénéficiera de notre recherche, car la performance de la gestion des écoles primaires contribuera sans nul doute à l'accroissement de la satisfaction des parents et l'éveil de la conscience des décideurs du système éducatif congolais.

## II. Revue de la littérature

Dans le cadre de ce travail, il serait erroné de prétendre que nous sommes les premiers à aborder ce sujet, pendant que l'existence de travaux antérieurs réalisés par d'autres chercheurs fait surface. L'exploration littéraire nous a permis de tomber sur quelques études antérieures.

Smith (2018) par exemple relève que les écoles qui bénéficient d'une image favorable attirent non seulement plus d'élèves, mais elles bénéficient également d'une stabilité financière accrue. Cette stabilité est essentielle pour le maintien et le développement des programmes scolaires, l'amélioration des infrastructures, et l'attraction de personnels qualifiés. En effet, une école qui jouit d'une réputation positive est mieux positionnée pour obtenir des fonds, des subventions, et des dons, ce qui renforce sa capacité à offrir une éducation de qualité et à maintenir un environnement scolaire dynamique et engageant. Ainsi, la gestion proactive de la réputation est essentielle pour garantir la viabilité à long terme et le succès global de l'établissement.

Miller et al (2017) ont trouvé que les opinions et les expériences des parents ainsi que des élèves façonnent l'image de l'école dans la communauté. Les parents évaluent souvent la qualité d'une école en fonction des réussites académiques perçues, du climat scolaire, et de la satisfaction générale de leurs enfants. De même, les retours d'expérience des élèves contribuent à forger la réputation de l'établissement, impactant la perception publique. Ces perceptions influencent non seulement le choix des familles lors de l'inscription, mais aussi leur volonté de recommander l'école à d'autres. En somme, une école doit prêter une attention particulière aux perceptions et aux retours des parties prenantes pour maintenir et renforcer une réputation positive, essentielle pour attirer et retenir des élèves, ainsi que pour soutenir la croissance et le développement de l'établissement.

L'étude de Megan (2018) a examiné comment les écoles primaires gèrent leur réputation à travers les mécanismes de communication et d'engagement avec les parties prenantes. Les écoles primaires doivent développer des stratégies de gestion de la réputation claires et systématiques pour faire face aux défis contemporains. La transparence, une communication proactive, et une gestion efficace des crises sont essentielles pour préserver une image positive. L'engagement avec les parties prenantes, notamment à travers les médias sociaux, joue un rôle crucial dans la perception et la gestion de la réputation des établissements scolaires. Les résultats montrent que les écoles qui adoptent une approche intégrée de la gestion de la réputation, en mettant l'accent sur la transparence et l'engagement, réussissent mieux à maintenir une perception favorable auprès des parents et des autres parties prenantes.

Wang & Cheng (2020) ont dans leur étude, examiné l'impact des médias sociaux sur la réputation des écoles primaires en analysant comment les écoles utilisent les plateformes numériques pour gérer leur image et interagir avec les parties prenantes. Les résultats indiquent que les écoles primaires qui maintiennent une présence active et bien gérée sur les médias sociaux pour partager des informations positives, engager des conversations avec les parents, et répondre rapidement aux préoccupations voient une amélioration notable dans la perception publique de leur réputation. En revanche, une gestion négligente ou inappropriée des médias sociaux peut entraîner des perceptions négatives et des critiques. L'étude souligne l'importance pour les écoles de développer des stratégies de communications numérique efficaces et de surveiller activement leur présence en ligne pour renforcer et protéger leur réputation scolaire.

Les travaux de Kizito & Nsenga (2020) ont examiné plusieurs cas d'incidents ayant eu un impact négatif sur l'image des établissements scolaires et ont évalué les réponses des écoles face à ces situations. L'étude met en lumière les stratégies utilisées pour gérer les crises, telles que la communication de crise, la transparence et les mesures correctives. Les résultats montrent que la gestion efficace des crises est cruciale pour préserver la réputation des établissements scolaires à Kinshasa. Les écoles qui adoptent une approche proactive, en mettant en place des plans de gestion de crise bien définis et en communiquant rapidement et ouvertement avec les parties prenantes, parviennent mieux à maintenir une perception positive malgré les incidents. En revanche, les écoles qui réagissent de manière ad hoc ou qui manquent de transparence peuvent voir leur réputation se détériorer. L'étude souligne l'importance pour les écoles de développer des capacités de gestion de crise robustes et de former le personnel à la communication en période de crise pour protéger leur réputation et renforcer la confiance des parents et de la communauté.

Il se relève donc de toutes les études évoquées ci-haut de points de convergences et de divergences avec la nôtre. Certaines études se sont focalisées sur la réputation des entreprises commerciales ou industrielles en adoptant une méthodologie appropriée pour aboutir aux résultats escomptés. À la différence des études, la présente étude récolte les données, grâce à la méthode d'enquête dans le but d'analyser la gestion de la réputation appliquées par les chefs d'établissement.

### III. Méthodologie de l'étude

Pour conduire à mieux une recherche scientifique, l'utilisation d'une méthode est indispensable. Elle permet de recourir un aspect de la réalité qu'on veut étudier, elle englobe l'ensemble des règles et procédures que la recherche doit suivre pour mener son étude.

Ainsi, pour collecter les données susceptibles de vérifier les hypothèses de l'étude, nous nous sommes servi de la méthode d'enquête. Concrètement, le questionnaire et l'entretien ont été utilisés pour collecter les données primaires et la technique documentaire pour récolter les données secondaires. Pour le traitement des données, l'analyse de contenu a permis de traiter les réponses aux questions ouvertes et les justifications des questions semi-fermées alors que l'analyse statistique a permis le traitement de questions à réponses fermées. L'étude a recouru à un échantillon occasionnel. Ce point est plus détaillé au chapitre deux consacré exclusivement à la méthodologie utilisée dans cette recherche.

L'échantillon de notre étude est constitué de 30 les chefs d'établissement des écoles primaires. Ces agents sont répartis selon leur genre, statut matrimonial, niveau d'études, âge et anciennetés.

**Tableau 1. Répartition des enquêtés selon le genre**

| Genre    | Fréquences | Pourcentages |
|----------|------------|--------------|
| Masculin | 19         | 63,3         |
| Féminin  | 11         | 36,7         |
| Total    | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Il se dégage du tableau 1 que sur 100% des sujets enquêtés, la majorité des enquêtés (63,3%) sont du genre masculin et 36,7% des répondants sont du genre féminin.

**Tableau 2. Répartition des enquêtés selon le statut matrimonial**

| Statut matrimonial | Fréquences | Pourcentages |
|--------------------|------------|--------------|
| Marié              | 17         | 56,7         |
| Célibataire        | 13         | 43,3         |
| Total              | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Les résultats de ce tableau 2 montrent que sur 30 sujets enquêtés, 17 sujets, soit 56,7 % sont des mariés et 13 sujets, soit 43,3% sont des célibataires.

**Tableau 3. Répartition des enquêtés selon le niveau d'études**

| Niveau d'études | Fréquences | Pourcentages |
|-----------------|------------|--------------|
| Diplômé d'état  | 12         | 40           |
| Gradué          | 14         | 46,7         |
| Licencié        | 4          | 13,3         |
| <b>Total</b>    | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Les résultats de ce tableau montrent que 4 sujets, soit 13,3% sont des licenciés ; 14 sujets, soit 46,7% sont des diplômés et 12 sujets, 40% sont des diplômés d'Etat.

**Tableau 4. Répartition des enquêtés selon l'âge**

| Age          | Fréquences | Pourcentages |
|--------------|------------|--------------|
| 20-29 ans    | 11         | 36,7         |
| 30-39 ans    | 16         | 53,3         |
| 40-49 ans    | 3          | 10           |
| <b>Total</b> | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Il se lit à travers le tableau 4 que sur 30 sujets interrogés, 16 sujets ; soit 53,3% ont l'âge qui varie entre 30-39 ans, 3 sujets, soit 10% ont l'âge compris entre 40-49 ans. Enfin 11 sujets ; soit 36,7%, sont dans la tranche d'âge de 20-29 ans.

**Tableau 5. Répartition des enquêtés selon l'ancienneté**

| Ancienneté   | Fréquences | Pourcentages |
|--------------|------------|--------------|
| 0-4 ans      | 7          | 23,3         |
| 5-9 ans      | 4          | 16,2         |
| 10-14 ans    | 8          | 26,7         |
| 15-19 ans    | 1          | 3,3          |
| <b>Total</b> | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Nous lisons du tableau 5, que sur 100% des sujets interrogés : 4 sujets, soit 16,2% varie entre 5-9 ans d'ancienneté ; 8 sujets, soit 26,7% ont entre 10-14 ans ; 7 sujets, soit 23,3% ont une ancienneté comprise entre 0-4 ans et 1 sujets, soit 3,3% a entre 15-19 ans.

#### IV. Résultats

**Tableau 6 : Existence des indicateurs d'évaluations de la réputation d'une école**

| Réactions    | Fréquences | Pourcentages |
|--------------|------------|--------------|
| Oui          | 27         | 90%          |
| Non          | 3          | 10%          |
| <b>Total</b> | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Il ressort des résultats repris dans ce tableau que les 30 sujets de cette enquête soient les 90% affirment qu'il existe des indicateurs qui permettent aux chefs d'établissement d'évaluer la réputation de l'école et 3 sujets soit 10% par contre disent le contraire.

**Tableau 7 : Indicateurs de la réputation**

| Réactions                                    | Oui |      | Non |      |
|--|-----|------|-----|------|
|  | Ni  | %    | Ni  | %    |
| Sécurité en milieu scolaire                  | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Qualité de l'environnement                   | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Climat scolaire                              | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Relations élève-élève                        | 20  | 66,7 | 10  | 33,3 |
| Relation Élève-enseignant                    | 19  | 63,3 | 11  | 36,7 |
| Relation Enseignant-enseignant               | 16  | 53,3 | 14  | 46,7 |
| Présence des élèves buissonniers             | 14  | 53,3 | 14  | 46,7 |
| Corruption occasionnée par les enseignants   | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Présence des gangs (Kuluna) parmi les élèves | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |

Ce tableau reprend les indicateurs qui permettent aux chefs d'établissement d'évaluer la réputation de l'école. Ils ont proposé ce qui suit : Sécurité en milieu scolaire (96,7%), Qualité de l'environnement (96,7%), Climat scolaire (96,7%), Relations élève-élève (66,7%), Élève-enseignant (53,3%), Présence des élèves buissonniers (53,3%), Corruption occasionnée par les enseignants (96,7%), Présence des gangs (Kuluna) parmi les élèves (96,7%).

**Tableau 8 : Influence et l'organisation interne sur le fonctionnement de l'école**

| Réactions    | Fréquences | Pourcentages |
|--------------|------------|--------------|
| Oui          | 29         | 96,7         |
| Non          | 1          | 3,3          |
| <b>Total</b> | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

Ce tableau montre que la majorité des enquêtés (96,7%) affirment que la réputation influence le fonctionnement et l'organisation interne de l'école. Ces enquêtés justifient leur point de vue par les raisons suivantes : [...La réputation d'une école a un impact direct sur la motivation des enseignants. Une école qui jouit d'une bonne réputation attire généralement des enseignants compétents et passionnés, qui souhaitent travailler dans un environnement stable et reconnu ; une réputation positive renforce la satisfaction professionnelle des enseignants, qui se sentent valorisés et soutenus dans leurs efforts éducatifs. Cette motivation se traduit par une meilleure performance pédagogique, une plus grande implication dans les projets scolaires et une gestion plus harmonieuse de la classe ; Une école avec une bonne réputation attire naturellement plus d'élèves, ce qui se traduit par une augmentation des inscriptions et un taux de réinscription élevé ; Une école ayant une bonne réputation aura plus de facilité à instaurer des relations de confiance avec les parents, les autorités éducatives et la communauté locale ; La réputation influence également la manière dont les parents perçoivent l'école et leur engagement dans les activités scolaires. Des parents impliqués contribuent à la bonne organisation des événements scolaires, soutiennent les initiatives éducatives et participent activement à la vie de l'établissement ; Les chefs d'établissement d'une école bien perçue par la communauté auront plus de facilité à organiser des réunions avec les parents, à obtenir leur soutien financier ou logistique et à mettre en œuvre des projets éducatifs innovants ; Une

bonne réputation crée un climat scolaire positif, propice à la coopération et à l'épanouissement des élèves. Cela facilite la gestion des conflits, qu'ils soient entre élèves, entre enseignants ou entre élèves et enseignants ; Dans une école bien réputée, les comportements perturbateurs sont généralement moins fréquents et sont plus facilement résolus grâce à la mise en place de stratégies de gestion de conflits efficaces ; Les écoles qui disposent d'une bonne réputation ont plus de chances d'obtenir des financements externes, qu'il s'agisse de subventions publiques, de dons privés ou de partenariats avec des entreprises. Ces ressources financières supplémentaires permettent d'améliorer l'organisation interne de l'établissement, notamment en termes d'infrastructures, de matériel éducatif, et de formation continue des enseignants ; Une réputation positive encourage un engagement plus fort des élèves vis-à-vis de leur école. Les élèves d'une école réputée sont plus susceptibles d'assister régulièrement aux cours et de participer activement aux activités scolaires ; Une école dont la réputation est marquée par des valeurs de discipline et d'excellence académique aura un taux d'absentéisme plus faible et un meilleur comportement de la part des élèves ; Lorsqu'un établissement scolaire jouit d'une réputation solide, il dispose d'un capital de confiance qui l'aide à mieux gérer les crises ...]

**Tableau 9 : Stratégies de la gestion de la réputation**

| Réactions  | Oui |      | Non |      |
|--|-----|------|-----|------|
|  | Ni  | %    | Ni  | %    |
| Investir dans le personnel de l'école  | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Organiser des formations régulières, des ateliers et des séminaires  | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Créer un environnement collaboratif et inclusif  | 30  | 100  | 0   | 0    |
| Mettre en valeur les réussites des étudiants   | 29  | 96,7 | 1   | 3,3  |
| Utiliser les outils numériques pour renforcer votre image de marque  | 28  | 93,3 | 2   | 6,7  |
| Tenir un site web bien conçu, des réseaux sociaux actifs et une stratégie de marketing digital   | 17  | 56,7 | 13  | 43,3 |
| Partager régulièrement du contenu pertinent et de qualité, comme des articles de blog, des vidéos éducatives, et des témoignages d'étudiants et d'intervenants | 17  | 56,7 | 13  | 43,3 |

Le tableau ci-dessus renseigne sur les stratégies de la gestion de la réputation adoptées par les dirigeants des écoles. Se présentent de la manière suivante : Investir dans le personnel de l'école (96,7%), Organiser des formations régulières, des ateliers et des séminaires (96,7%), Créer un environnement collaboratif et inclusif (100%), Mettre en valeur les réussites des étudiants (96,7%), Utiliser les outils numériques pour renforcer votre image de marque (93,3%), Tenir un site web bien conçu, des réseaux sociaux actifs et une stratégie de marketing digital (56,7%), Partager régulièrement du contenu pertinent et de qualité, comme des articles de blog, des vidéos éducatives, et des témoignages d'étudiants et d'intervenants (56,7%).

**Tableau 10 : Réputation comme élément de marketing à l'inscription**

| Réactions    | Fréquences | Pourcentages |
|--------------|------------|--------------|
| Oui          | 30         | 100          |
| Non          | 0          | 0            |
| <b>Total</b> | <b>30</b>  | <b>100</b>   |

A la lecture de ce tableau, il s'observe que l'ensemble des enquêtés, les 30 sujets soient le 100 % affirment que la réputation de l'école pousse les parents à venir inscrire leurs enfants.

**Tableau 11 : Propositions sur le plan de la discipline**

| Réponses  | Ni | %    |
|---|----|------|
| Mise en place de règles claires et cohérentes   | 8  | 24,2 |
| Offrir des formations régulières sur la gestion de classe, la gestion des conflits, et l'accompagnement des élèves en difficulté comportementale.   | 7  | 21,2 |
| Encourager le personnel à être un modèle en termes de respect, de ponctualité et de responsabilité.   | 7  | 21,2 |
| Mettre en place un système de récompenses qui valorise les comportements respectueux, l'engagement et les réussites.  | 6  | 18,2 |
| Former des élèves à la gestion de conflits ou à la médiation peut encourager la responsabilisation et la collaboration entre les élèves.  | 6  | 18,2 |
| Proposer des programmes éducatifs qui mettent l'accent sur le respect des autres, la responsabilité personnelle et collective, la gestion des émotions et la résolution de conflits.                              | 6  | 18,2 |
| Proposer des ateliers ou des sessions d'information pour aider les parents à mieux comprendre les enjeux de la discipline à l'école et à jouer un rôle actif dans la gestion des comportements de leurs enfants.  | 5  | 15,2 |
| Mettre en place des programmes de prévention contre le harcèlement scolaire, les violences verbales ou physiques, et offrir des espaces où les élèves peuvent exprimer leurs préoccupations de manière sécurisée. | 4  | 12,1 |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan de la discipline. Ils ont proposé ce qui suit : Mise en place de règles claires et cohérentes (24,2%), Offrir des formations régulières sur la gestion de classe, la gestion des conflits, et l'accompagnement des élèves en difficulté comportementale (21,2%), Encourager le personnel à être un modèle en termes de respect, de ponctualité et de responsabilité (21,2%), Mettre en place un système de récompenses qui valorise les comportements respectueux, l'engagement et les réussites (18,2%), Former des élèves à la gestion de conflits ou à la médiation peut encourager la responsabilisation et la collaboration entre les élèves (18,2%), Proposer des programmes éducatifs qui mettent l'accent sur le respect des autres, la responsabilité personnelle et collective, la gestion des émotions et la résolution de conflits (18,2%), Proposer des ateliers ou des sessions d'information pour aider les parents à mieux comprendre les enjeux de la discipline à l'école et à jouer un rôle actif dans la gestion des comportements de leurs enfants (15,2%), Mettre en place des programmes de prévention contre le harcèlement scolaire, les violences verbales ou physiques, et offrir des espaces où les élèves peuvent exprimer leurs préoccupations de manière sécurisée (12,2%).

**Tableau 12 : Propositions sur le plan de la qualité des enseignements**

| Réponses  | Ni | %    |
|---|----|------|
| Offrir des opportunités de formation continue pour les enseignants afin qu'ils puissent se tenir à jour sur les dernières méthodologies pédagogiques, les innovations technologiques en classe, et les nouvelles approches de l'enseignement.                             | 16 | 19   |
| Mettre en place des sessions de partage entre enseignants, où ceux-ci peuvent échanger des expériences, des stratégies pédagogiques efficaces et des ressources.  | 15 | 17,8 |
| Adopter une approche pédagogique qui tient compte des différences de rythmes et de styles d'apprentissage des élèves.   | 15 | 17,8 |
| Intégrer des outils numériques et des plateformes d'apprentissage en ligne pour varier les formats d'enseignement, proposer des exercices interactifs et mieux suivre les progrès des élèves.   | 12 | 14,2 |
| Favoriser l'apprentissage par projet ou l'enseignement basé sur des problématiques réelles qui permettent aux élèves de s'investir activement dans leur propre apprentissage, d'acquérir des compétences transversales et de renforcer leur esprit critique.              | 9  | 10,7 |
| Encourager une pédagogie active où les élèves sont au centre de l'apprentissage, participent à des discussions, des débats et des activités collaboratives.   | 7  | 8,3  |
| Tester des approches pédagogiques comme la classe inversée, où les élèves prennent connaissance de nouveaux contenus à la maison via des vidéos ou des lectures, et les activités pratiques, les discussions ou les questions sont réalisées en classe avec l'enseignant. | 5  | 5,9  |
| Organiser des rencontres périodiques entre les enseignants et les parents pour discuter des progrès des élèves et des stratégies pour les aider à réussir.  | 5  | 5,9  |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan de la qualité des enseignements. Ils ont proposé ce qui suit : Offrir des opportunités de formation continue pour les enseignants afin qu'ils puissent se tenir à jour sur les dernières méthodologies pédagogiques, les innovations technologiques en classe, et les nouvelles approches de l'enseignement (19%), Mettre en place des sessions de partage entre enseignants, où ceux-ci peuvent échanger des expériences, des stratégies pédagogiques efficaces et des ressources (17,8%), Adopter une approche pédagogique qui tient compte des différences de rythmes et de styles d'apprentissage des élèves (17,8%), Intégrer des outils numériques et des plateformes d'apprentissage en ligne pour varier les formats d'enseignement, proposer des exercices interactifs et mieux suivre les progrès des élèves (14,2%), Favoriser l'apprentissage par projet ou l'enseignement basé sur des problématiques réelles qui permettent aux élèves de s'investir activement dans leur propre apprentissage, d'acquérir des compétences transversales et de renforcer leur esprit critique (10,7%), Encourager une pédagogie active où les élèves sont au centre de l'apprentissage, participent à des discussions, des débats et des activités collaboratives (8,3%), Tester des approches pédagogiques comme la classe inversée, où les élèves prennent connaissance de nouveaux contenus à la maison via des vidéos ou des lectures, et les activités pratiques, les discussions ou les questions sont réalisées en classe avec l'enseignant (5,9%), Organiser des rencontres périodiques entre les enseignants et les parents pour discuter des progrès des élèves et des stratégies pour les aider à réussir (5,9%).

**Tableau 13. Propositions sur le plan de la sécurité en milieu scolaire**

| Réponses   | Ni | %    |
|--|----|------|
| Les parents s'attendent à ce que l'école mette en place des mesures de sécurité claires et visibles  | 8  | 24,2 |
| Une école où le bien-être psychologique des élèves est une priorité et où des ressources comme des psychologues scolaires sont accessibles sera perçue favorablement.  | 7  | 21,2 |
| Les parents apprécient que l'école soit transparente quant aux incidents qui pourraient survenir (par exemple, des bagarres, des problèmes de harcèlement, ou des intrusions extérieures).   | 7  | 21,2 |
| Une école bien entretenue, avec des installations adaptées et un environnement calme et ordonné, renforce l'impression de sécurité.  | 6  | 18,2 |
| La réputation de l'école en matière de sécurité est souvent déterminée par la perception des parents de l'efficacité des mesures physiques et psychologiques mises en place pour protéger leurs enfants et assurer leur bien-être. | 5  | 14,3 |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan de la sécurité en milieu scolaire. Ils ont proposé ce qui suit : Les parents s'attendent à ce que l'école mette en place des mesures de sécurité claires et visibles (24,2%), Une école où le bien-être psychologique des élèves est une priorité et où des ressources comme des psychologues scolaires sont accessibles sera perçue favorablement (21,2%), Les parents apprécient que l'école soit transparente quant aux incidents qui pourraient survenir (par exemple, des bagarres, des problèmes de harcèlement, ou des intrusions extérieures). (21,2%), Une école bien entretenue, avec des installations adaptées et un environnement calme et ordonné, renforce l'impression de sécurité (18,2%), La réputation de l'école en matière de sécurité est souvent déterminée par la perception des parents de l'efficacité des mesures physiques et psychologiques mises en place pour protéger leurs enfants et assurer leur bien-être (14,3%).

**Tableau 14 : Propositions sur le plan de la qualité de l'environnement scolaire**

| Réponses  | Ni | %    |
|---|----|------|
| Améliorer les infrastructures scolaires             | 9  | 30   |
| Optimiser la gestion des ressources                 | 9  | 30   |
| Renforcer la communication et la transparence       | 8  | 26,7 |
| Promouvoir un environnement respectueux et inclusif | 7  | 23,3 |
| Promouvoir la santé et le bien-être                 | 6  | 20   |
| Renforcer la relation école-communauté              | 5  | 16,7 |
| Favoriser l'innovation pédagogique                  | 4  | 13,3 |
| Valoriser les réussites et les talents              | 3  | 9,3  |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan de la qualité de l'environnement scolaire. Ils ont proposé ce qui suit : Améliorer les infrastructures scolaires (30%), Optimiser la gestion des ressources (30%), Renforcer la communication et la transparence (26,7%), Promouvoir un environnement respectueux et inclusif (23,3%), Promouvoir la santé et le bien-être (20%), Renforcer la relation école-communauté (16,7%), Favoriser l'innovation pédagogique (13,3%), Valoriser les réussites et les talents (9,3%).

**Tableau 15 : Propositions sur le plan du climat scolaire**

| Réponses   | Ni | %    |
|--|----|------|
| Renforcer les valeurs de respect et de bienveillance   | 12 | 24,4 |
| Prévenir et lutter contre le harcèlement scolaire  | 10 | 20,4 |
| Encourager les élèves à travailler en équipe sur des projets communs, afin de renforcer les liens sociaux, améliorer l'entraide, et développer des compétences sociales. | 9  | 18,3 |
| Encourager la participation et la responsabilité des élèves  | 7  | 14,2 |
| Renforcer la relation de confiance avec les enseignants et le personnel  | 6  | 12,2 |
| Offrir un accompagnement psychologique adapté aux élèves qui rencontrent des difficultés émotionnelles, sociales ou scolaires.   | 5  | 10,2 |
| Améliorer la communication et l'écoute   | 4  | 8,1  |
| Former des élèves à la médiation scolaire pour résoudre les conflits de manière pacifique et constructive.   | 3  | 6,1  |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan du climat scolaire. Ils ont proposé ce qui suit : Renforcer les valeurs de respect et de bienveillance (24,4%), Prévenir et lutter contre le harcèlement scolaire (20,4%), Encourager les élèves à travailler en équipe sur des projets communs, afin de renforcer les liens sociaux, améliorer l'entraide, et développer des compétences sociales (18,3%), Encourager la participation et la responsabilité des élèves (14,2%), Renforcer la relation de confiance avec les enseignants et le personnel (12,2%), Offrir un accompagnement psychologique adapté aux élèves qui rencontrent des difficultés émotionnelles, sociales ou scolaires (10,2%), Améliorer la communication et l'écoute (8,1%), Former des élèves à la médiation scolaire pour résoudre les conflits de manière pacifique et constructive (6,1%).

**Tableau 16 : Propositions sur le plan des relations Elève-enseignant**

| Réponses   | Ni | %    |
|--|----|------|
| Organiser des rencontres régulières entre les élèves et les enseignants pour discuter des progrès, des difficultés et des attentes de chacun.                              | 9  | 30   |
| Former les enseignants à des techniques de communication non violente et d'écoute active, afin de mieux comprendre les besoins et préoccupations des élèves.               | 8  | 26,7 |
| Mettre en place des projets qui impliquent à la fois les élèves et les enseignants (projets artistiques, scientifiques, écologiques, etc.)                                 | 8  | 26,7 |
| Promouvoir le respect et la reconnaissance   | 6  | 20   |
| Organiser des événements réguliers où les parents, les élèves et les enseignants peuvent échanger sur le parcours scolaire, les attentes et les préoccupations.            | 5  | 16,7 |
| Favoriser le bien-être des élèves  | 5  | 16,7 |
| Encourager l'autonomie et la responsabilité des élèves   | 4  | 13,3 |
| Définir un code de conduite précis, non seulement pour les élèves, mais aussi pour les enseignants, qui inclut des principes de respect, d'intégrité et de responsabilité. | 4  | 13,3 |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan des relations Elève-enseignant. Ils ont proposé ce qui suit : Organiser des rencontres régulières entre les élèves et les enseignants pour discuter des progrès, des difficultés et des attentes de chacun (30%), Former les enseignants à des techniques de communication non violente

et d'écoute active, afin de mieux comprendre les besoins et préoccupations des élèves (26,7%), Mettre en place des projets qui impliquent à la fois les élèves et les enseignants (projets artistiques, scientifiques, écologiques, etc.) (26,7%), Promouvoir le respect et la reconnaissance (20%), Organiser des événements réguliers où les parents, les élèves et les enseignants peuvent échanger sur le parcours scolaire, les attentes et les préoccupations (16,7%), Favoriser le bien-être des élèves (16,7%), Encourager l'autonomie et la responsabilité des élèves (13,3%), Définir un code de conduite précis, non seulement pour les élèves, mais aussi pour les enseignants, qui inclut des principes de respect, d'intégrité et de responsabilité (13,3%).

**Tableau 12 g : Propositions sur le plan des relations Enseignant-enseignant**

| Réponses   | Ni | %    |
|--|----|------|
| Favoriser la collaboration et le travail d'équipe  | 18 | 22,7 |
| Renforcer la communication interne   | 14 | 17,7 |
| Encourager la reconnaissance mutuelle et le respect  | 11 | 13,9 |
| Offrir des opportunités de formation continue et de développement professionnel  | 9  | 11,3 |
| Instaurer un climat de confiance et de soutien mutuel  | 9  | 11,3 |
| Promouvoir des moments de convivialité et de détente   | 7  | 8,8  |
| Favoriser la gestion collaborative des conflits  | 6  | 7,5  |
| Impliquer les enseignants dans les processus de prise de décision concernant les orientations pédagogiques de l'établissement. | 5  | 6,3  |

Ce tableau reprend les propositions des enquêtés par rapport à la réputation de l'école sur le plan des relations Enseignant-enseignant. Ils ont proposé ce qui suit : Favoriser la collaboration et le travail d'équipe (22,7%), Renforcer la communication interne (17,7%), Encourager la reconnaissance mutuelle et le respect (13,9%), Offrir des opportunités de formation continue et de développement professionnel (11,3%), Instaurer un climat de confiance et de soutien mutuel (11,3%), Promouvoir des moments de convivialité et de détente (8,8%), Favoriser la gestion collaborative des conflits (7,5%), Impliquer les enseignants dans les processus de prise de décision concernant les orientations pédagogiques de l'établissement (6,3%).

## V. Discussion des résultats

La gestion de la réputation scolaire est un enjeu majeur pour les établissements éducatifs, car elle influence directement leur fonctionnement, leur attractivité, ainsi que leur viabilité à long terme. Plusieurs auteurs ont mené des recherches sur la gestion de la réputation. Comme ces études, la présente étude s'intéresse à la Gestion de la réputation de l'école par les chefs d'établissement des écoles primaires.

### 5.1. Indicateurs permettant d'évaluer la réputation des écoles primaires

L'étude a examiné la gestion de la réputation de l'école par les chefs d'établissement . Elle est partie de l'hypothèse selon laquelle les indicateurs de la réputation des écoles montrent une forte concordance avec les éléments fréquemment cités dans la littérature académique et les études antérieures. En effet, des indicateurs tels que la sécurité en milieu scolaire, la qualité de l'environnement, le climat scolaire, la présence des élèves buissonniers et la corruption occasionnée par les enseignants sont souvent mis en avant dans les travaux sur la gestion de la réputation scolaire (cf. Miller et al., 2017 ; Smith, 2018). Ces éléments sont essentiels, car ils reflètent directement la qualité de l'environnement éducatif et influencent la perception globale des parents et des élèves. Les résultats montrent également que les relations élève-élève et élève-enseignant sont également perçues comme des indicateurs importants de la réputation de l'école, bien que moins unanimement que d'autres facteurs. Ces résultats confirment l'idée que les dynamiques relationnelles entre les élèves et les enseignants jouent un rôle fondamental dans l'image que l'école projette (Megan, 2018 ; Kizito et Nsenga (2020). En revanche, la présence de gangs (Kuluna), bien que fréquemment citée dans les enquêtes, semble être un facteur spécifique à certaines régions, en particulier dans des contextes urbains ou de grande précarité.

Cela souligne l'importance de contextes locaux dans l'évaluation de la réputation scolaire. Ces résultats confirment la première hypothèse.

### **5.2. Influence de la réputation sur le fonctionnement et l'organisation interne de l'école**

L'étude a voulu examiner la relation entre la réputation, le fonctionnement et l'organisation interne de l'école. L'hypothèse y afférent attestait que la réputation de l'école aurait une influence sur son fonctionnement et son organisation interne. Les résultats concernant l'impact de la réputation sur l'organisation interne de l'école sont sans appel : la majorité des répondants affirment que la réputation influence fortement le fonctionnement interne de l'école. Une réputation solide favorise la cohésion interne, l'engagement du personnel et une gestion efficace des ressources, comme le souligne l'étude de Wang & Cheng (2020), qui mentionne également l'importance d'une bonne gestion de la réputation pour attirer des ressources et maintenir un environnement propice à l'éducation. Une réputation positive facilite les relations avec les parents et la communauté, ce qui, à son tour, soutient le financement, la participation et la gestion des événements scolaires. En effet, une école perçue positivement par la communauté a plus de facilité à organiser des réunions avec les parents, à obtenir des soutiens financiers et logistiques, et à mener à bien des projets éducatifs innovants. Les justifications des répondants soulignent également l'importance d'une bonne réputation pour maintenir un climat scolaire positif et favoriser l'engagement des élèves. Cela est conforme à l'idée que la réputation joue un rôle clé dans la réduction de l'absentéisme, l'engagement scolaire et le développement d'un environnement de travail collaboratif et harmonieux. Ce point est particulièrement important dans le cadre des écoles primaires, où l'implication des enseignants et des élèves est primordiale pour l'atteinte des objectifs éducatifs. Cette donnée rejoint les conclusions de nombreuses études antérieures, qui soulignent que la réputation scolaire a des effets directs sur la motivation des enseignants, l'attraction des élèves et la gestion des conflits (cf. Smith, 2018 ; Megan, 2018). La deuxième hypothèse est confirmée par ces résultats.

### **5.3. Stratégies de gestion de la réputation des écoles primaires**

L'étude a relevé les stratégies de gestion de la réputation des écoles. L'hypothèse de départ postulait que plusieurs stratégies de gestion de la réputation seraient adoptées dans les écoles primaires. Il s'agirait de mettre ou d'investir dans le personnel de l'école, d'organiser des formations régulières, des ateliers et des séminaires permet aux intervenants de rester à jour avec les dernières tendances et innovations pédagogiques ; créer un environnement collaboratif et inclusif ; mettre en valeur les réussites des étudiants ; utiliser les outils numériques pour renforcer votre image de marque. Un site web bien conçu, des réseaux sociaux actifs et une stratégie de marketing digital pourraient considérablement influencer la perception de votre école. Partager régulièrement du contenu pertinent et de qualité, comme des articles de blog, des vidéos éducatives, et des témoignages d'étudiants et d'intervenants, contribue à construire une image de marque solide et respectée. Ces résultats ressemblent à ceux de Smith (2018), Wang & Cheng (2020), Megan (2018) et confirment la troisième hypothèse.

## **Conclusion**

Cette étude est partie du constat selon laquelle, elle nous a permis de mieux comprendre les pratiques de gestion de la réputation des écoles primaires, et a confirmé l'importance de la réputation dans le fonctionnement et l'organisation interne des établissements scolaires. Une gestion proactive de la réputation, incluant des stratégies de communication efficaces, l'investissement dans le personnel, et l'amélioration de l'environnement scolaire, est essentielle pour assurer la pérennité et le succès des écoles primaires.

Pour récolter les données, vérifier les hypothèses et atteindre les objectifs, la méthode d'enquête appuyée par les techniques de questionnaire et documentaire a été utilisée. L'analyse du contenu et l'analyse statistique nous ont aidé dans le traitement des données. L'enquête s'est déroulée auprès de 30 chefs d'établissement des écoles primaires.

Après analyse et interprétation, l'étude est arrivée aux résultats suivants : La réputation de l'école aurait une influence sur son fonctionnement et son organisation interne. Les résultats concernant l'impact de la réputation sur l'organisation interne de l'école sont sans appel : la majorité des répondants affirment que la réputation influence fortement le fonctionnement interne de l'école. Une réputation solide favorise la cohésion interne, l'engagement du personnel et une gestion efficace des ressources, l'importance d'une bonne gestion de la réputation pour attirer des ressources et maintenir un environnement propice à l'éducation.

Une réputation positive facilite les relations avec les parents et la communauté, ce qui, à son tour, soutient le financement, la participation et la gestion des événements scolaires. En effet, une école perçue positivement par la communauté a plus de facilité à organiser des réunions avec les parents, à obtenir des soutiens financiers et logistiques, et à mener à bien des projets éducatifs innovants. Les justifications des répondants soulignent également l'importance d'une bonne réputation pour maintenir un climat scolaire positif et favoriser l'engagement des élèves. Cela est conforme à l'idée que la réputation joue un rôle clé dans la réduction de l'absentéisme, l'engagement scolaire et le développement d'un environnement de travail collaboratif et harmonieux. Ce point est particulièrement important dans le cadre des écoles primaires, où l'implication des enseignants et des élèves est primordiale pour l'atteinte des objectifs éducatifs.

La réputation influence le fonctionnement et l'organisation interne de l'école (96,7%).

Plusieurs stratégies de gestion de la réputation seraient adoptées dans les écoles primaires. Il s'agirait de mettre ou d'investir dans le personnel de l'école, d'organiser des formations régulières, des ateliers et des séminaires permet aux intervenants de rester à jour avec les dernières tendances et innovations pédagogiques ; créer un environnement collaboratif et inclusif ; mettre en valeur les réussites des étudiants ; utiliser les outils numériques pour renforcer votre image de marque. Un site web bien conçu, des réseaux sociaux actifs et une stratégie de marketing digital pourraient considérablement influencer la perception de votre école. Partager régulièrement du contenu pertinent et de qualité, comme des articles de blog, des vidéos éducatives, et des témoignages d'étudiants et d'intervenants, contribue à construire une image de marque solide et respectée.

### Référence

- [1]. Akerlof, G. A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- [2]. Alloing, M. (2015). *Reputation Management in Practice*. Éditions de l'Innovation, Paris.
- [3]. Aula, P. (2010). "Corporate Communication: The Role of Reputation Management." *Journal of Communication Management*, 14(1), 23-32.
- [4]. Barnett, M. L., et al. (2006). *Corporate Reputation and Social Responsibility*. Éditions Sociales, Paris.
- [5]. Bergeron, P. G. (n.d.). *Management et stratégies*. Éditions de l'Innovation, Lyon.
- [6]. Boistel, M. (n.d.). *Management et leadership*. Éditions de l'Innovation, Marseille.
- [7]. Bourdieu, P. (2000). *Les structures sociales de l'économie*. Éditions du Seuil, Paris.
- [8]. Chun, R. (2005). "Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach." *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 115-130.
- [9]. Cloide, G. (2019). *Corporate Management and Ethics*. Éditions de l'Université, Paris.
- [10]. Cochran, P. (1997). "The Role of Corporate Governance in Financial Performance." *Journal of Business Ethics*, 17(3), 237-249.
- [11]. Cornell, B., & Shapiro, A. C. (1987). Corporate Stakeholders and Financial Performance. *Financial Management*, 16(1), 5-14.
- [12]. D'Almeida, J. (2017). *Corporate Governance and Ethics*. Éditions de l'Université, Lisbonne.
- [13]. Depelteau, E. (2011). *Research in Social Sciences*. Éditions Universitaires, Lyon.
- [14]. Dinet, R., & Passeront, L. (2004). *Corporate Governance in Practice*. Éditions de l'Innovation, Paris.
- [15]. Dowling, J. (2002). *Corporate Reputation: Strategies for Building Trust and Creating Value*. Éditions de la Réputation, London.

- [16]. Faust, J. (n.d.). *Corporate Management and Ethics*. Éditions Universitaires, Paris.
- [17]. Fayol, H. (n.d.). *Administration industrielle et générale*. Dunod, Paris.
- [18]. Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business Review Press, Boston.
- [19]. Fombrun, C. (2015). "Reputation: A Communication Perspective." *Strategic Communication*, 1(1), 15-29.
- [20]. Fombrun, C., & van Riel, C. (1997). "The Reputation Quotient." *Harvard Business Review*, 75(2), 83-92.
- [21]. Fombrun, C., Bromley, D. B. (2000). "The Role of Corporate Reputation in Financial Performance." *Corporate Reputation Review*, 3(3), 218-234.
- [22]. Fombrun, C., Ponzi, L. J., & Newbury, W. (2015). "The Reputation Ecosystem." *Strategic Organization*, 13(2), 207-212.
- [23]. Gatzert, N. (2015). "The Role of Corporate Reputation in Financial Performance." *Journal of Business Ethics*, 131(3), 611-627.
- [24]. Gonzalez, E., & Trujillo, M. (n.d.). *Corporate Social Responsibility in Latin America*. Éditions Sociales, Paris.
- [25]. Grawitz, M. (1990). *Méthodes de recherche en sciences sociales*. Éditions Sociales, Paris.
- [26]. Grawitz, M. (1998). *Méthodes de recherche en sciences sociales*. Éditions Sociales, Paris.
- [27]. Greyser, S. A. (1999). "Advancing the Concept of Corporate Brand." *Corporate Reputation Review*, 2(1), 5-11.
- [28]. Hahn, T., et al. (2007). "The Role of Corporate Social Responsibility in Corporate Governance." *Journal of Business Ethics*, 76(2), 203-218.
- [29]. Hall, E. (1992). *Cultural Influences on Management*. Sage Publications, London.
- [30]. Hall, E., Grant, R., & Scott, W. R. (2005).\* *Organizational Theory*. Sage Publications, London.
- [31]. Holmstrom, B., & Tirole, J. (1989). "The Theory of the Firm." *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), 49-70.
- [32]. Kizito, M., & Nsenga, P. (2020). *Research on Leadership in Africa*. Presses Universitaires, Kigali.
- [33]. Krosnick, J. A., & Presser, S. (2010). "Question and Questionnaire Design." *Handbook of Survey Research*, 2nd ed., Emerald Group Publishing, Bingley.
- [34]. Lang, S., & Lang, P. (1988). *The Sociology of Organizations*. Éditions Sociologiques, Paris.
- [35]. Lassegue, P. (n.d.). *Management et organisation*. Éditions de l'Organisation, Paris.
- [36]. Marcellis-Warin, M., & Teodoresco, M. (2012). *Strategic Management in Organizations*. Routledge, New York.
- [37]. Mbayo, J. (1988). "Sociologie et organisation." *Journal de Sociologie*, 12(2), 45-60. (cité par Dilanda, 2022)
- [38]. Megan, L. (n.d.). *Study on Workplace Dynamics*. Éditions de l'Innovation, Paris.
- [39]. Mertens, D. M. (1988). "Research Methods in Education." *Journal of Educational Research*, 81(4), 237-245. (cité par Dilanda, 2022).
- [40]. Miller, R., et al. (2017). *Advances in Organizational Theory*. Wiley, London.
- [41]. Ngongo, P. (1999). *Management et développement économique*. Presses Universitaires, Kinshasa.
- [42]. Origgi, G. (2013). *The Value of Reputation*. Éditions Philosophiques, Paris.
- [43]. Parizot, I. (2012). *Communication and Management*. Éditions de l'Innovation, Paris.
- [44]. Poirier-Coutansais, A. (1987). *Administration et gestion*. Éditions de l'Université, Paris.

- [45]. Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1988). *Sociologie et méthodologie*. Éditions de l'Université, Paris.
- [46]. Raithel, S., & Schwaiger, M. (2014). "The Impact of Corporate Reputation on Firm Performance." *Journal of Business Research*, 67(1), 236-242.
- [47]. Rindova, V. P., et al. (2005). "Corporate Reputation and the Market." *Journal of Financial Economics*, 76(1), 89-122.
- [48]. Robert, G. (n.d.). *Organizational Behavior and Theory*. Éditions Universitaires, Bruxelles.
- [49]. Sales Willemin, A. (2006). *Marketing Management*. Éditions du Marketing, Paris.
- [50]. Scheuer, A. (2004). "The Impact of Globalization on Corporate Governance." *Journal of International Business Studies*, 35(4), 439-453. (cité par Dilanda, 2022)
- [51]. Shapiro, A. C. (1987). *Corporate Governance and Financial Performance*. *Financial Management*, 16(1), 5-14.
- [52]. Smith, J. (2018). *Modern Management Practices*. Academic Press, New York.
- [53]. Suchman, M. C. (1995). "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches." *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- [54]. Terry, G. R., & Franklin, S. (n.d.). *Principles of Management*. McGraw-Hill, New York.
- [55]. Trochim, W. M. K. (2006). *Research Methods Knowledge Base*. Atomic Dog Publishing, Cincinnati.
- [56]. Wang, Y., & Cheng, Z. (2020). *Cross-Cultural Management*. Emerald Publishing, Beijing.
- [57]. Weigl, C., & Camerer, C. (n.d.). *Behavioral Economics and Decision Making*. Wiley, New York.
- [58]. Weimar, R. (1919). *Theories of Corporate Management*. Éditions Historiques, Berlin.
- [59]. Whetten, D. A., & Mackey, A. (2002). "A Typology of Organizational Identity Research: Definitions, Concepts, and Frameworks." *Journal of Management*, 28(4), 401-426.
- [60]. Whetten, D. A., & Mackey, A. (2002). *Organizational Identity: A Review of the Literature*. Éditions de l'Innovation, Paris.