

## TD1 PPP : Résumé du fichier :

Ce document décrit les différentes situations de communication en milieu professionnel :

- En effet, il existe deux grandes catégories :
  - Les types et outils de communication.
  - Les situations de communication.

Tout d'abord, on aborde le premier cas : *Les types et outils de communications*

La communication peut-être :

- **Écrite** : Elle *est caractérisée* par :
  - Des *spécificités rédactionnelles* :
    - Structure logique, cohérente, compréhensible et lisible par le lecteur.
    - Politesse, bienveillance et signature.
  - Des *spécificités en relation à la forme* :
    - Règles de mise en forme.
    - Respect de la charte graphique de l'entreprise.
    - Mentions sur un document commercial, *par exemple sur : une facture.*
- **Orale** :
  - La *communication orale* est la plus *dominante*, lors des échanges.
    - *Appel téléphonique, entretien, réunion en face-à-face, prise de paroles en public.*
- **Support** :
  - Les supports visuels et audiovisuels aident à réaliser une communication orale.
    - *En effet, dans le cas des audioconférences, de la visioconférence.*
    - *Avec des outils comme PowerPoint, de montage vidéo ou même un logiciel Pré AO.*

Désormais, nous avons vu le principe de bases des différents *types et outils de communication*.

Nous pouvons passer au second cas : *Les situations de communication*

Dans le cas d'une assistante de direction :

- Elle est confrontée quotidiennement :
  - À des *situations de communication interpersonnelle* : *Accueil.*
  - À des *situations de communication dans un groupe* : *Animation d'une réunion.*
- La *communication en entreprise* : *Elle est essentielle pour discerner les enjeux, les objectifs et comprendre l'importance des relations des personnes impliquées.*

La communication peut-être : De type *interne* ou *externe*.

Dans le cas de la *communication interne* :

- Le but est d'*informer à chaque salarié*, le *sens de sa mission* et de *le guider*.
- En ayant un *échange humain* voire en impliquant les *valeurs de l'entreprise*.
- La communication peut être vu par rapport aux *rapports et le degré entre les personnes*.

Dans le cas de la *communication externe* :

- Le but est de *promouvoir l'image de l'entreprise*.
- D'attirer de nouveaux prospects/clients, recrutés de nouveaux talents.
- Expliquer ses avantages et ses atouts par rapport à la concurrence (**Sa valeur ajoutée**).

Désormais, nous avons vu comment la communication est présente dans le monde professionnel.

- Nous pouvons retenir qu'une communication est :
  - Avant tout le fait de *créer une relation avec au moins une autre personne/entité*.
  - Une communication correspond *à une action et c'est son résultat*.
- De plus, il existe des familles de modèles explicatifs :
  - Le *modèle technique de Shannon* : Faire des graphiques pour vulgariser.
  - Les *modèles de Palo Alto* :
    - Le but est de participer de *manière verbale* ou non *verbale*.
    - Les *contenus explicites* : C'est le fait d'expliquer clairement : En détaillant.
    - Les *contenus implicites* : C'est le fait de laisser entendre : On suggère.

Par ailleurs, *la communication se base* :

- La *définition et le partage du sens* : *L'objectif est de se faire comprendre avec des mots simples et courants*.
- En effet, c'est pour cela que la communication est basée sur des *normes* ou des *glossaires*.
- *D'autres parts*, la communication se repose aussi sur la proximité (*distance physique*).
- De même, il s'agit de refléter les enjeux : *informatif*, de *pouvoir* et *d'influence*.
- Par ailleurs, il faut prendre en compte : *Le contexte lors de la réception*, la façon de *présenter* et les *dysfonctionnements dans le processus de communication*.

Notes :

Ce fichier est aussi disponible ici : [RASSLAN\\_LP/cours1.md](#)