

S7 - COMMUNICATION

La finalité de l'enseignement de la communication est de faire acquérir la maîtrise des techniques de communication professionnelle dans le cadre des activités d'une unité commerciale.

Cette maîtrise prend appui sur les concepts fondamentaux de la communication et s'inscrit dans le cadre de relations interpersonnelles (S72) managériales (S73) et commerciales (S74).

L'enseignement de la communication doit être conçu en relation étroite avec les disciplines de mercatique et de management pour lesquelles il fournit des savoirs et des savoir-faire indispensables. Il convient d'utiliser les équipements du laboratoire de communication décrit dans le guide d'équipement des STS commerciales.

Les connaissances en communication sont mobilisées à l'occasion des périodes de stage en milieu professionnel, dans la conduite des missions et des projets professionnels. Elles sont évaluées lors des épreuves E5 « Analyse et Conduite de la Relation Commerciale » et E6 « Projet de développement de l'Unité Commerciale »

SAVOIRS	LIMITES DE CONNAISSANCES	COMMENTAIRES
<p><u>S71 - Introduction à la communication</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ enjeux ▪ formes de la communication 	<p>Discerner les propriétés de la situation de communication et du type de relation afin d'adopter un mode et un registre de communication adaptés.</p> <p>Repérer la diversité des formes et des supports de la communication commerciale et managériale</p>	<p>La communication commerciale est seulement abordée comme l'une des formes de la communication. Elle est développée dans l'enseignement de mercatique (S423 et S432).</p>
<p><u>S72 - La communication dans la relation interpersonnelle</u></p> <p>721 - les acteurs de la communication</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ la connaissance de soi : bilan personnel et comportemental, présentation de soi, développement de son potentiel ▪ la prise en compte de l'autre : diagnostic sociologique et psychologique 	<p>Présenter les notions d'image personnelle et professionnelle, de marqueurs sociaux.</p> <p>Appréhender le développement du potentiel à l'aide des techniques d'improvisation, de créativité et les différents registres de langage.</p> <p>Introduire les notions de système culturel et ses sous-systèmes, d'arbitraire culturel de codes sociaux, normes, valeurs, opinions et croyances.</p> <p>Limiter le diagnostic psychologique à l'étude des</p>	<p>Ces contenus doivent être abordés à partir de mises en situation permettant d'accéder rapidement et de manière concrète aux notions-clés.</p> <p>Les analyses de situations et les jeux de rôles constituent des modalités pédagogiques à privilégier.</p>

<p>722 - les relations entre les acteurs</p>	<p>attitudes et des comportements.</p> <p>Introduire les notions de statut et de rôle. Introduire les notions d'autorité et de pouvoir en distinguant influence et domination. Analyser les différentes situations relationnelles : face à un client, à la hiérarchie et à l'équipe.</p>	<p>Chaque notion doit être étudiée à partir de cas. L'utilisation et l'analyse de supports variés (dossiers, extraits de films, reportages, articles de presse) seront privilégiées. Ces notions seront abordées en étroite relation avec l'enseignement de management (S513 - pouvoir, autorité, décision).</p>
<p>723 – l'impact de l'environnement social</p>	<p>Définir les notions de groupes sociaux, présenter leur formation et les facteurs de cohésion. Analyser les incidences de l'environnement social sur la communication</p>	<p></p>
<p>724 - l'efficacité relationnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ communication persuasive : facteurs socioculturels et psychologiques ▪ techniques d'influence positive ▪ gestion du stress 	<p>Présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ la notion d'écoute active avec l'étude du verbal, du non verbal et des techniques de reformulation. ▪ les notions d'altérité et d'empathie. <p>Insister sur l'importance de l'observation. Limiter l'étude des facteurs socioculturels aux processus d'influence sociale et de modification des attitudes. Intégrer les notions d'échec et de domination dans les facteurs psychologiques.</p>	<p>Les techniques de communication sont mobilisées dans le cadre d'études de situations et de jeux de rôles.</p>
<p>725 – la communication professionnelle : règles et outils</p>	<p>Justifier le choix des outils (écrits professionnels : notes, rapports, rapports d'activité..., supports à l'oral : transparents..., informatiques et électroniques ...). Identifier et analyser les règles propres à l'unité commerciale (charte graphique, lettres-type, vocabulaire...).</p>	<p>Les notions sont étudiées en étroite relation avec les savoirs d'informatique commerciale (S87).</p>

<p><u>S73 - La communication dans la relation managériale</u></p> <p>731 - les spécificités de la communication managériale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ situations managériales ▪ techniques et outils utilisés <p>732 – la communication et le management de projet</p>	<p>Les principes de la communication interpersonnelle sont appliqués dans un contexte managérial.</p> <p>Distinguer les situations managériales en fonction de la culture d'entreprise. Présenter les entretiens de recrutement, d'évaluation, de bilan, de progrès, de suivi d'action dans leurs dimensions méthodologiques et psychologiques. Expliciter les techniques de <i>reporting</i> (remontée d'informations) Décrire les principes de la conduite de réunion. Distinguer l'accompagnement terrain et le travail en équipe. Insister sur la conduite de changement dans une optique d'évolution de l'organisation et de sa culture. Inscrire l'action du manager dans une optique de relation négociée en particulier dans la gestion des conflits. Analyser l'évolution des comportements managériaux.</p> <p>Intégrer dans la définition du projet les résistances et les leviers du changement. Clarifier le rôle de chacun et les marges de manœuvres Favoriser l'adhésion au projet à l'interne et à l'externe.</p>	<p>Le recours aux exemples, aux simulations et l'analyse des pratiques professionnelles des étudiants doivent permettre l'appropriation d'un ensemble de méthodologies opérationnelles.</p> <p>Ces notions sont étudiées en relation avec les contenus de management (S533 et S542).</p> <p>Contenus à étudier en étroite relation avec le management de projet (S55). Ces savoirs sont mobilisés dans la conduite des missions « Analyse et Conduite de la Relation Commerciale » et « Développement de l'Unité Commerciale »</p>
<p><u>S74 - La communication dans la relation commerciale</u></p>		
<p>741 – le diagnostic de la situation de relation commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ acteurs ▪ enjeux et objectifs 	<p>Présenter les situations de relation commerciale quel que soit le support, le lieu, le produit ou le service à commercialiser : en face à face ou par média interposé (téléphone, internet...).</p>	<p>Il s'agit de faire acquérir des compétences permettant une maîtrise professionnelle de l'entretien téléphonique (en appel entrant ou sortant). Les particularités de la relation commerciale via internet sont détaillées et analysées.</p>

