

# Information & Communication, Spécialité Communication

## PARTIE A – LE COMPORTEMENT DES INDIVIDUS

- Chapitre 1. Les facteurs socioculturels du comportement
- Chapitre 2. Les facteurs psychologiques du comportement
- Chapitre 3. La dynamique comportementale

## PARTIE B – LA COMMUNICATION

### B.1 Notions de base

- Chapitre 4. La communication : un monde de signes

### B.2 La communication interpersonnelle

- Chapitre 5. La construction du sens
- Chapitre 6. L'interprétation des signes verbaux
- Chapitre 7. L'interprétation des signes non verbaux
- Chapitre 8. Contexte de communication et phénomènes d'influence

### B.3 – La communication des organisations

- Chapitre 9. La communication interne et externe
- Chapitre 10. Les spécificités de la communication orale dans les organisations
- Chapitre 11. La communication écrite et électronique
- Chapitre 12. La communication visuelle et audiovisuelle
- Chapitre 13. Les réseaux
- Chapitre 14. La sécurité des réseaux

## PARTIE C – L'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS

- Chapitre 15. La recherche d'information
- Chapitre 16. La recherche documentaire
- Chapitre 17. Le questionnaire d'enquête

## PARTIE D – L'ORGANISATION

- Chapitre 18. Les activités de l'individu dans l'organisation
- Chapitre 19. L'organisation des activités individuelles
- Chapitre 20. La démarche d'organisation des activités individuelles

	2 HEURES	3 HEURES (TD)
<b>SEM 0</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rentrée le mercredi 02/09</li> <li>Prise de contact &amp; présentation de la matière/des objectifs/des exigences</li> </ul>	
<b>A. LE COMPORTEMENT DES INDIVIDUS (Durée indicative : 25 heures)</b>		
<b>SEM 1</b>	<b>C1 - Facteurs socioculturels</b> Doc/Les pratiques culturelles pendant l'enfance <input checked="" type="checkbox"/> Méthodologie de l'analyse de tableaux <input checked="" type="checkbox"/> Notion de socialisation	<b>TD1 - Notion de culture</b> Extraits du roman Stupeur & Tremblements d'Amélie Nothomb + bande annonce du film <input checked="" type="checkbox"/> Méthodologie de l'analyse de documents et nécessité de compréhension des questions <input checked="" type="checkbox"/> Notions de valeur, de normes et de culture
<b>SEM 2</b>	I) Les interactions individus/groupes 1. Le comportement 2. L'influence réciproque individu/groupe	<b>TD2 - Application des notions/Exercices :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les facteurs socio culturels</li> <li>Les groupes d'appartenance et de référence (Le goût des autres)</li> <li>Application p 12 les « bobos » : culture, institutions, valeurs, modes de consommation, look, mode de vie</li> </ul> ☞ TAF : Application 4 p 10 Le goût des autres (traiter les Q° à l'oral ou écrit).
<b>SEM 3</b>	II) La socialisation de l'individu III) Les cultures IV) Les conséquences des facteurs socioculturels sur la communication ☞ TAF : Appl° 6 p. 11/Les valeurs des entreprises Ikéa et Camaïeu	Correction TAF <b>TD3 - Les émotions</b> Impact des émotions sur le comportement des individus à travers la réalisation (sur poste informatique) d'un tableau. Pour chaque émotion, identifier les sensations ressenties, les réactions physiologiques, les moyens d'expression, et les réactions comportementales.
<b>SEM 4</b>	<b>ABSENTE</b> (grippe école Arthur)	Apprentissage social & comportement <b>TD4 - La personnalité</b> Identifier le profil psychologique recherché pour un emploi : analyse & rédaction d'une offre d'emploi. <input checked="" type="checkbox"/> Recherche Internet <input checked="" type="checkbox"/> Analyse de documents <input checked="" type="checkbox"/> Construction d'un tableau comparatif
<b>SEM 5</b>	<b>EVALUATION N° 1</b> <b>C2 - Facteurs psychologiques</b> I) La personnalité 1. Déf° ☞ TAF : Définir la personnalité De Z. Zidane (doc. Polycop)	<b>Suite &amp; fin TD4 - La personnalité</b> <input checked="" type="checkbox"/> Identification du besoin <input checked="" type="checkbox"/> Analyse de documents <input checked="" type="checkbox"/> Rédaction <input checked="" type="checkbox"/> Présentation de son travail (Powerpoint) <b>TD5 - L'impact des émotions sur l'efficacité publicitaire</b> <input checked="" type="checkbox"/> Analyse d'une publicité : Adidas/Lionel MESSI <input checked="" type="checkbox"/> Analyse d'un texte : Humeurs, opinions & Motivations (enquête IPSOS) ☞ TAF : A terminer
<b>SEM 6</b>	2. Caractéristiques 3. Les facteurs déterminants 4. Les traits de personnalité II) La dimension affective de la relation entre individus : les émotions	Création d'un compte Gmail Fin TD SEM 5 <b>TD6 - Le marketing sensoriel (1/3)</b> <input checked="" type="checkbox"/> Découvrir le marketing sensoriel à travers l'analyse d'une publicité + documents <input type="checkbox"/> Produire un document de synthèse (Word/PowerPoint) <input type="checkbox"/> Travailler sa communication orale en vue de présenter son travail à la classe
<b>SEM 7</b>	<b>C3 - La dynamique comportementale</b> I) Les sensations II) Le processus de perception	<b>TD7 - Le marketing sensoriel (2/3)</b> <input checked="" type="checkbox"/> Découvrir le marketing sensoriel à travers l'analyse d'une publicité + documents <input checked="" type="checkbox"/> Produire un document de synthèse (Word/PowerPoint)