

INFORMATION ET COMMUNICATION

Classe de première de la série Sciences et technologies de la gestion Spécialité " Communication "

I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

1. Les objectifs du programme

L'enseignement d'information et communication en classe de première spécialité " communication " a pour objectifs de permettre aux élèves :

- d'appréhender le comportement des individus dans le domaine des relations professionnelles ;
- de situer la place de l'individu dans les organisations, dans ses relations interpersonnelles et dans ses actions ;
- de percevoir le rôle de l'information dans les organisations et de comprendre l'exigence de qualité de cette information ;
- d'apprécier l'importance de la communication pour les individus comme pour les organisations ;
- de situer l'ensemble de leurs actions dans un contexte structuré et informatisé.

Ces objectifs nécessitent de recourir aux concepts issus des sciences humaines, qui seront mobilisés dans les enseignements de gestion. Il s'agit donc de développer chez l'élève des aptitudes spécifiques, mobilisées dans un contexte organisationnel :

- analyser des situations de communication (interpersonnelles et organisationnelles) ;
- mettre en œuvre une communication écrite ou orale ;
- rechercher et analyser l'information pertinente ;
- organiser son action ;
- utiliser les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les actions de recherche, de production, de transmission et de diffusion de l'information.

L'enseignement d'information et communication doit permettre l'acquisition des notions fondamentales des sciences de la communication, de l'information et de l'organisation et leur mobilisation dans le contexte des organisations.

Il contribue, d'une part à donner la maîtrise d'instruments de formalisation de l'information et de sa circulation au sein des organisations, d'autre part à fixer les bases technologiques permettant d'éclairer les logiques d'implantation, de configuration et d'usages des TIC. En classe de première, il s'agit d'installer durablement la culture technologique du réseau : en termes d'accès à l'information, de partage de données et d'applications, de responsabilités et de respect des règles d'utilisation.

L'enseignement d'information et communication participe aussi à la culture citoyenne de l'élève. Avoir conscience des facteurs qui influencent sa perception et ses comportements, savoir communiquer, reconnaître l'importance de l'intégrité de l'information et des démarches que cela suppose, savoir organiser son action dans un cadre collectif, permettent à l'élève de réfléchir à sa place et à son rôle au sein d'une collectivité.

Il contribue également à la construction du projet de l'élève en lui donnant les fondements nécessaires au choix de sa spécialisation en classe terminale et à sa poursuite d'études :

Dans le domaine de la mercatique

Sensibiliser les élèves aux comportements, attitudes, perceptions liés aux actes de consommation permet de leur faire comprendre les diverses influences sociales qui s'exercent sur les choix des consommateurs. Cette compréhension prépare l'étude de la démarche mercatique, en classe terminale, qui donne une place essentielle aux apports de la psychosociologie dans les domaines de l'étude du comportement des consommateurs et des échanges commerciaux (relation commerciale, communication). Par ailleurs, la connaissance des principes de base de la perception et de l'interprétation permet de mieux comprendre les contraintes de la communication commerciale ainsi que l'impact que celle-ci peut avoir sur les consommateurs.

Dans les domaines de la communication et de l'organisation

Le centrage des enseignements sur les notions d'information et de communication et la mise en œuvre de méthodes spécifiques préparent, dans un souci de continuité :

- l'étude de situations de communication plus complexes et plus diversifiées (communication de groupes, problèmes de communication...) sur les plans des contenus et des champs d'application ancrés dans le contexte des organisations ;
- la compréhension du passage de l'organisation individuelle à l'organisation au sein d'un groupe dans le cadre d'une action collective ;
- l'étude des problèmes de gestion et d'optimisation des ressources de l'entreprise (humaines, matérielles...) en prenant appui sur l'analyse administrative de processus simples.

2. L'architecture du programme

Le programme se compose de quatre parties :

Le comportement de l'individu

L'étude du comportement de l'individu permet de mettre en place un ensemble de notions empruntées à la psychologie sociale qui seront mobilisées dans les enseignements de communication ou de mercatique des classes de première et terminale.

La communication

L'étude de la communication a pour objectif d'apporter aux élèves les notions qui leur permettront :

- d'analyser une situation de communication interpersonnelle ou organisationnelle ;
- de communiquer, dans le contexte de l'organisation et en utilisant l'informatique de communication ;
- d'acquérir la maîtrise des espaces de travail collectifs et personnels disponibles sur les réseaux.

L'information

Cette partie a pour objectif de permettre à chaque élève de rechercher une information pertinente en lui donnant les moyens d'un choix raisonné des outils et démarches d'accès à l'information en fonction des objectifs recherchés et d'en assurer l'analyse.

Tout au long de leurs études et de leur vie professionnelle, les élèves devront être capables de trier, traiter, contrôler, restituer, critiquer et analyser les informations. Il est donc nécessaire de les y former par l'apprentissage des notions et des modes de raisonnement associés et par le développement d'une aptitude à l'analyse critique.

L'organisation

Cette partie situe l'action de l'individu dans une organisation et met en évidence la nécessité d'organiser son action au sein de l'activité d'un collectif. Il s'agit donc d'une première approche des sciences de l'organisation qui apprend à l'élève à mobiliser de façon méthodique les outils adaptés afin de mener une activité avec efficacité.

Les quatre parties du programme présentent des caractéristiques communes.

- Elles ont pour objectif d'installer les premières notions de communication, de gestion de l'information et d'organisation et les pratiques associées, dans un contexte organisationnel.
- Elles ont pour point d'entrée une approche située au niveau de l'individu : communication interpersonnelle, compréhension des mécanismes de base de la communication organisationnelle et commerciale, opérations individuelles de traitement de l'information, organisation personnelle. Dans le cadre de leur poursuite d'études, les élèves mobiliseront ces notions et les enrichiront au niveau du groupe (service, groupe projet, équipe...) et au niveau de l'organisation dans son entier.
- Leur champ d'application est clairement l'organisation - entité finalisée composée d'un collectif d'individus - sous toutes ses formes et dans ses aspects internes et externes. Des exemples ou des applications peuvent, dans une première approche pédagogique, emprunter à des situations plus familières pour les élèves.
- Leurs domaines d'illustration et de mobilisation des connaissances sont ceux des champs commerciaux et administratifs afin que les élèves mesurent l'intérêt des apports notionnels et technologiques dans chacune des deux voies de poursuite d'études.
- Elles prennent en compte des technologies de l'information et de la communication par l'étude des concepts, des méthodes et des outils qui leur sont propres.

II. PROGRAMME

Le programme est constitué de deux éléments indissociables :

- un tableau en trois colonnes présentant les thèmes du programme, le sens et la portée de l'étude, les notions et contenus à construire ;

- des indications complémentaires. Rédigées à l'intention plus particulière des professeurs, elles ont pour objet de fournir une grille de lecture indispensable à la mise en œuvre du programme. Elles précisent les objectifs de l'étude, la délimitation des contenus à construire, les articulations à mettre en évidence ainsi que les compétences méthodologiques à faire acquérir.

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
A. LE COMPORTEMENT DES INDIVIDUS <i>(Durée indicative : 25 heures)</i>	Le comportement des individus a un impact majeur sur les relations interindividuelles. Son étude est donc un préalable à l'enseignement de la communication et de l'information. Elle a pour objectif d'introduire les notions qui seront mobilisées dans les parties suivantes du programme. Son approche doit rester simple, concrète et à aucun moment, ne retient l'élève et sa famille comme sujet d'étude.	
Introduction : interaction individu/groupe	Le comportement des individus résulte à la fois de facteurs collectifs ou sociaux et de facteurs individuels ou psychologiques qui interagissent.	Comportement. Influence réciproque individu/groupe.
1. Les facteurs du comportement 1.1. Facteurs socioculturels - Structures de socialisation - Cultures	Les facteurs socioculturels donnent aux individus des repères qui leur permettent de s'adapter socialement et qui agissent sur leur comportement : - les différentes structures de socialisation sont celles dans lesquelles l'individu s'inscrit ou auxquelles il se réfère, avec un impact variable sur son comportement. Dans cette optique, il est donc essentiel de différencier groupe d'appartenance et groupe de référence ; - les cultures sont porteuses de normes, de valeurs et de modes de vie.	Famille, institutions, organisations, groupes d'appartenance, groupes de référence Cultures, normes, valeurs, modes de vie

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
1.2. Facteurs psychologiques Variables individuelles de la personnalité Dimension affective	Les facteurs psychologiques sont la deuxième composante qui influe sur le comportement de l'individu. Ils peuvent être analysés en fonction de deux aspects : - les variables individuelles de la personnalité, caractérisées par les traits de personnalité ; - la dimension affective de la relation entre individus qui se manifeste par les émotions.	Personnalité. Différences interindividuelles Principaux traits de personnalité : - introversion/extraversion, - autonomie/soumission, - stabilité/instabilité, - logique/affectif. Émotion.
2. La dynamique comportementale	Les processus de la perception et la relation attitude - comportement peuvent être étudiés à partir de l'étude des facteurs de comportement.	
2.1. Sensation et perception	Les processus de sensation et de perception qui relient l'individu à son entourage mettent l'individu dans une dynamique comportementale qui sera plus particulièrement mise en évidence dans l'étude de la communication et dans le traitement individuel de l'information. Un simple rappel des diverses sensations permet de montrer qu'elles peuvent être influencées par le groupe d'appartenance. Le processus de perception est troublé par des biais situationnels, individuels ou sociaux à mettre en évidence et à caractériser.	Universalité et relativité des processus de sensation. Processus de perception : attention, interprétation, compréhension, mémorisation Les biais de la perception : situationnels, individuels et sociaux (stéréotypes, préjugés).

2.2. Attitude et comportement	L'attitude, résultante de facteurs socioculturels et psychologiques, constitue une prédisposition à porter un jugement ou à adopter un comportement particulier à l'égard d'un objet déterminé. Elle peut être prédictive de comportements, en particulier professionnels ou de consommation.	Attitude. Composantes de l'attitude : affective, cognitive et conative (comportementale). Formation de l'attitude. Le lien attitude-comportement.
B. LA COMMUNICATION (Durée indicative : 50 heures)		
1. Notions de base	Information et communication sont des notions étroitement liées, mais cependant distinctes : l'information prend une signification, pour un acteur donné, au travers d'une communication. La communication est un processus interactif de construction du sens.	Différence entre communication et information.
1.1. Types de communication	Toute communication est caractérisée par son type et par plusieurs composantes qui en font un processus complexe.	Communication interpersonnelle, de groupe, de masse.
1.2. Composantes de la communication		Acteurs, message, canal, contexte, stratégies, sens.
1.3. Enjeux de la communication	Communiquer ne consiste pas seulement à transmettre un message informatif, mais à mettre en commun des significations, quel que soit le type de communication étudié. Les acteurs de la communication mettent en œuvre des stratégies conscientes ou inconscientes pour informer, influencer, créer et maintenir une relation, faire passer une image, etc.	Construction de la relation et transmission d'information.
2. La communication interpersonnelle		
2.1. Construction du sens	La construction du sens s'élabore dans l'interprétation, la sélection, voire la déformation du message. Dans la communication interpersonnelle, les signes verbaux et non-verbaux, les manifestations (ou le déficit) d'écoute, d'empathie, sont interprétés par les acteurs et contribuent au partage des significations, à la construction du sens.	Signes verbaux. Registre de langage. Signes non-verbaux (apparence, postures, gestes, attitudes, regards, mimiques, débit de parole, ton de la voix, silences, etc.). Écoute, empathie, interprétation, interactions.
THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
2.2. Expression de l'identité des acteurs	Chacun communique avec son identité, caractérisée à la fois par son comportement, son attitude, ses représentations mentales, ses valeurs, sa culture, sa personnalité. Communiquer, c'est se situer par rapport à l'autre, établir (ou entretenir) une relation, tout en se construisant soi-même.	Influence du comportement individuel et de la personnalité.
2.3. Rôle des normes de communication	Dans chaque culture, chaque groupe social, il existe des rituels qui ont pour fonction principale de réguler et de faciliter les interactions. Les codes sont des ensembles de signes dont la signification est partagée par une communauté. Ils peuvent évoluer dans le temps, être différents d'un groupe social à un autre, d'un contexte à un autre, d'une culture à une autre.	Rituels (de salutation, de séparation, de remerciement, de présentation). Codes. Relativité des codes dans l'espace et dans le temps.
2.4. Importance du contexte sur la communication	Le contexte est le cadre dans lequel s'élabore la construction du sens. Il est porteur de représentations, normes, règles, modèles, rituels, etc. Chacun y intervient du point de vue de son statut, de sa place, dans un type de relations donné. Le contexte influe sur la relation et la construction du sens.	Cadre, territoire, espace, distance de communication. Temps. Statut, rôle, place, type de relation.
2.5. Ressorts de l'influence	L'influence est l'une des fonctions de la communication. Elle relève du besoin naturel de partager du sens, de convaincre. Elle utilise des stratégies conscientes ou inconscientes qui s'appuient sur différents ressorts. Dans certaines conditions, l'influence peut devenir	Argumentation logique, appel à l'affectif et à l'émotionnel, appel au sentiment d'appartenance.

	manipulatrice.	
3. La communication des organisations		
3.1. Communication interne et externe	L'étude de la communication interne et externe a pour objectif de montrer la place et la fonction de toutes les formes de communication dans une organisation : information, implication du personnel, cohésion, renforcement de l'image de l'organisation, affirmation d'une identité. La communication, aussi bien interne qu'externe, a une dimension stratégique essentielle.	Communication interne, externe.
3.1.1. Étendue et diversité des communications des organisations	La communication des organisations peut être analysée en fonction de divers axes. Il est ainsi utile de différencier communication formelle et communication informelle. Celle-ci joue en effet un rôle spécifique et important dans toute organisation. Il y a aussi lieu de distinguer la communication institutionnelle destinée à promouvoir l'organisation dans son ensemble, de la communication commerciale tournée vers le marché.	Communication formelle et informelle. Communication institutionnelle, commerciale.
3.1.2. Constituants de la communication des organisations	Toute action de communication dans une organisation est le résultat d'une analyse préalable rigoureuse qui prend en compte : - l'objectif : information, construction d'image, modification des comportements, - la cible : interne (personnel, associés) ou externe (clients, partenaires, environnement), - le canal : media et hors media, - le support	Objectif. Cible. Canal. Support.
3.2. Analyse de la communication des organisations		
3.2.1 Éléments communs à la communication orale, écrite et visuelle dans le contexte des organisations	Dans les organisations, une communication raisonnée tient compte des normes propres au monde du travail ou aux relations commerciales, quels que soient ses objectifs et quelle que soit la forme de communication. Les pratiques de communication des organisations orale, écrite, visuelle, audiovisuelle et électronique présentent des constantes et des variantes qu'il s'agit de mettre en évidence à travers des exemples réels.	Objectifs explicites, souci de qualité et d'efficacité, contribution à l'image de marque. Codes et registres de langage. Choix d'un vocabulaire et d'une formulation adaptés à la situation, au destinataire, à l'objectif. Choix d'une argumentation. Influence des supports.
THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
3.2.2. Communication orale		
- Spécificités liées aux normes sociales, aux valeurs, aux habitudes professionnelles	Dans les organisations, le rôle des acteurs, leur statut, les valeurs et les normes sociales ont un impact sur les pratiques de communication orale en termes de rituels, signes verbaux et non verbaux et de codes.	
- Spécificités liées à l'exigence d'efficacité		Écoute active, reformulation, restitution (prise de notes). Procédés de l'argumentation orale
3.2.3. Communication écrite		
- Spécificités liées à l'exigence de qualité rédactionnelle	La communication dans les organisations, écrite, visuelle, audiovisuelle a des spécificités et des contraintes qu'il est important de reconnaître. La communication écrite et visuelle d'une organisation a un impact important sur son image.	Argumentation propre aux écrits des organisations : accroche, structure logique, maintien de l'attention, mécanismes d'influence Relation entre le style d'expression écrite et l'image de l'organisation
- Spécificités liées à l'exigence de qualité formelle	En communication écrite, la construction du sens et la lisibilité des messages dépendent de plusieurs facteurs : - une argumentation construite ; - une structure formelle ; - le choix d'un support et d'un style de présentation du document.	

	<p>La communication écrite dans les organisations mobilise donc :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une méthodologie raisonnée conduisant de l'analyse de la situation de communication à la production du message ; - le recours à des modes d'écriture, de présentation et de diffusion variés, manuscrits ou automatisés. 	
3.2.4 Communication visuelle et audiovisuelle	Cette partie introduit l'étude de signes (mots, images), d'éléments symboliques (couleurs, typographie, densité d'écriture) , elle met aussi en avant le langage des sens (sons, animation)	Mise en page, unité de présentation, combinaison image/texte Couleurs, typographie, densité d'écriture, animation, sons
3.3 Communication et réseaux informatiques		
<p>3.3.1 Principes de la communication en réseau</p> <p>- <i>Notion de réseau</i></p> <p>- <i>Architecture du réseau</i></p> <p>- <i>Accès aux ressources</i></p>	<p>Les réseaux offrent la possibilité de diffuser des documents électroniques, d'accéder à des applications, de communiquer des messages en mode synchrone ou asynchrone, en ligne ou hors ligne, en mode diffusion (liste de diffusion), ou questions-réponses (forums).</p> <p>Le réseau est organisé à partir d'éléments matériels, d'interfaces et de protocoles qui servent à établir les communications et à assurer le transfert fiable de l'information.</p> <p>Les ressources du réseau sont repérées par des adresses. Les adresses Internet désignent les hôtes (ordinateurs) sur le réseau, les adresses réticulaires permettent d'accéder à un document sur la toile ; les adresses électroniques identifient un correspondant</p>	<p>Composants du réseau : postes de travail, serveurs, équipements d'interconnexion.</p> <p>Services offerts par les ordinateurs hôtes du réseau : serveur de fichiers, d'impression, d'applications.</p> <p>Rôles des principaux protocoles réseaux sur internet.</p> <p>Principes d'accès aux ressources du réseau Adressage des hôtes sur le réseau, des ressources et des correspondants.</p>

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
<p>3.3.2 Spécificités de la communication électronique (suite)</p> <p>- <i>Spécificités liées à la sécurité et à la confidentialité des communications</i></p>	<p>La sécurisation des systèmes d'information mobilise des moyens destinés à la protection active et passive du système informatique afin d'en préserver l'intégrité, la disponibilité et de garantir la confidentialité des informations qu'il héberge.</p> <p>La malveillance sur les réseaux peut prendre de multiples formes, il convient de les identifier et de s'en protéger. La lutte contre les différents types de virus, l'authentification de l'information à l'aide d'une signature électronique ainsi que le cryptage des données participent à cet effort.</p>	<p>Dispositifs de sécurisation physique. Gestion des groupes d'utilisateurs. Droits d'accès aux ressources du réseau.</p> <p>Protection contre les virus et les actes de malveillance.</p>
<p>C. L'information (Durée indicative : 40 heures)</p>	<p>L'information constitue un élément capital pour l'individu et pour les groupes. Elle subit des transformations en liaison avec l'évolution des technologies de l'information et de la communication. Celles-ci ont, en effet, des répercussions sur la vie sociale en général et celle des organisations en particulier. Il est utile de les repérer et de les analyser en adoptant une attitude réfléchie et prudente.</p>	
<p>1. L'information et les concepts associés</p> <p>1.1. Définition</p> <p>1.2. Caractéristiques</p>	<p>L'information (au sens générique du terme) peut avoir diverses significations. On nomme donnée l'information qui est l'objet d'un traitement informatique ; on qualifie d'information le stimulus provenant de l'extérieur qui est interprété par l'individu ; l'information interprétée, structurée et mémorisée devient connaissance.</p> <p>L'information a une nature spécifique (quantitative, qualitative). Elle prend des formes différentes et provient de sources différentes. Son statut est : "plus ou moins confidentielle", "diffusable".... Elle présente des qualités telles que la précision, la rapidité d'accès et l'actualité.</p>	<p>Donnée, information, connaissance.</p> <p>Nature et formes. Origine et statut. Qualités : précision, rapidité d'accès, actualité, pertinence.</p>

	Son coût est plus ou moins élevé en fonction de ses qualités.	Coût.
1.3. Rôles de l'information	<p>L'information est indispensable pour comprendre les événements extérieurs, prendre des décisions. Elle joue un rôle primordial dans la découverte, l'interprétation et la compréhension de l'environnement. Elle permet à l'individu de se situer dans celui-ci (repérage temporel et spatial), d'analyser et d'anticiper les situations auxquelles il doit faire face.</p> <p>Il convient de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mettre l'accent sur l'évolution du rôle de l'information (support de l'action, mémoire des opérations, aide à la décision) ; - mettre en évidence le rôle clé de l'information pour la gestion ; - souligner l'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'évolution de son rôle. 	<p>L'information, outil de communication interne et externe</p> <p>L'information, outil d'aide à la décision</p> <p>L'information, instrument du travail collaboratif</p>

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
<p>2. La recherche d'information</p> <p>2.1. Identification du besoin d'information et typologie des sources</p>	<p>Cette partie du programme est destinée à montrer l'intérêt et à proposer les moyens de la maîtrise de l'acquisition de l'information. En ce sens, elle a une vocation essentiellement méthodologique visant au repérage :</p> <ul style="list-style-type: none"> - du contexte dans lequel s'inscrit une recherche d'information, - de la nature des informations recherchées, - des sources disponibles, - des opérations de traitement auxquelles elles sont soumises, - de l'analyse critique des résultats obtenus. <p>L'examen de l'origine du besoin d'information est un moyen d'aborder et de relever certaines des caractéristiques de l'information recherchée. Le contexte de référence permet de repérer l'éventuelle diversité des points de vue et de délimiter l'objet de la recherche.</p>	<p>Identification du problème, des objectifs et des contraintes (techniques, financières, temporelles).</p> <p>Nature et type des informations recherchées.</p> <p>Typologie des sources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - internes et externes, - primaires, secondaires.
<p>2.2. La recherche documentaire</p> <p>- Sources d'information</p> <p>- Méthodologie de recherche</p>	<p>La connaissance de la diversité des sources d'information constitue un préalable. L'identification des sources met l'accent sur leur pertinence par rapport au besoin d'information exprimé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - bibliothèques et centres de documentation spécialisés ; - système d'information d'une organisation ; - toile mondiale. <p>L'approche des principaux outils documentaires (catalogues de bibliothèques, de médiathèques, index, bibliographies, outils de recherche en ligne) s'appuie sur leur usage dans une mise en situation effective.</p> <p>Le recours aux expressions logiques utilisant les symboles de priorité, de troncature et les opérateurs logiques (and, or, not) permet d'améliorer l'acuité et l'efficacité des recherches.</p>	<p>Caractéristiques des sources d'informations et modes d'accès.</p> <p>Moyens de repérage de l'information.</p> <p>Critères de sélection formels et intellectuels.</p> <p>Moteurs d'indexation, annuaires thématiques, méta moteurs, groupes de News.</p> <p>Expression logique, opérateurs logiques.</p>
2.3. L'enquête	<p>L'enquête permet de collecter des données lorsque les sources d'information secondaires n'existent pas. Un questionnaire simple structure le recueil des informations à obtenir auprès des personnes interrogées.</p>	<p>Enquête.</p> <p>Structuration du questionnaire.</p> <p>Types de questions.</p> <p>Traitement des réponses.</p>
2.4. Contrôle et évaluation de la recherche	<p>Les résultats d'une recherche sont contrôlés et évalués sous plusieurs angles : efficacité de la recherche et pertinence des résultats, qualité des informations collectées. Lors de l'évaluation des résultats d'une recherche d'information, il est important d'adopter un esprit critique.</p>	<p>Identification des critères d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fiabilité et pertinence : auteur, source, date, contenu, etc. ; - ressources mobilisées : temps, coût.

<p>D. L' ORGANISATION</p> <p><i>(Durée indicative : 35 heures)</i></p>	<p>La notion d'organisation est caractérisée par une grande diversité d'aspects : formels, structurels, méthodologiques mais aussi humains.</p>	<p>Différents sens du terme organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une entité structurée ; - un processus méthodologique. <p>Place et influence des facteurs humains.</p>
<p>1. Les activités de l'individu dans l'organisation</p> <p>1.1. Notion d'organisation</p>	<p>On distingue ici trois niveaux d'analyse de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'entité (caractérisée par sa structure, la division du travail, son projet, sa culture), - le groupe, - l'individu, <p>Le champ d'étude est limité aux activités individuelles au sein des organisations.</p>	<p>Trois niveaux d'analyse : l'entité, le groupe, l'individu.</p>

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L' ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS À CONSTRUIRE
<p>1.2. Activités individuelles</p>	<p>Les activités individuelles s'inscrivent dans la logique de l'activité globale de l'organisation. Elles découlent de la prise de décision et des structures mises en place, mais aussi de l'initiative, de l'innovation et de la créativité personnelles.</p> <p>À côté d'activités à caractère répétitif ou procédural, la créativité permet de développer des innovations, de proposer des améliorations.</p>	<p>Différences entre missions, activités, tâches. Activités individuelles, activités collectives. Complémentarité information/décision/action.</p> <p>Créativité et innovation.</p>
<p>2. L'organisation des activités individuelles</p> <p>2.1. Principes d'organisation</p> <p>2.1.1. Identification des buts recherchés</p>	<p>Les activités ont des objectifs variés : résoudre un problème, prendre une initiative, suivre un programme prédéfini, etc.</p> <p>La recherche du sens de l'activité individuelle doit conduire à la situer par rapport au but recherché et, si nécessaire, par rapport aux activités des autres.</p>	<p>Contexte. Enjeux pour l'organisation.</p> <p>Diversité des objectifs : résolution d'un problème, prise d'initiative, intégration dans une programmation.</p>
<p>2.1.2. Prépondérance du temps</p>	<p>L'activité est soumise à des délais de réalisation. Une bonne gestion du temps a des incidences directes en termes de coûts et de qualité. Quelques règles simples constituent une première approche de la gestion du temps.</p>	<p>Hierarchisation des tâches :</p> <ul style="list-style-type: none"> - antériorités, échéances, délais, - priorité, urgence, importance. <p>Prévision, planification.</p>
<p>2.1.3. Efficacité organisationnelle</p>	<p>Les activités des individus dans les organisations s'inscrivent dans une perspective de performance, individuelle et collective, exprimée par différents critères.</p>	<p>Efficacité, efficacité, qualité.</p>
<p>2.2. Démarche d'organisation des activités individuelles</p> <p>2.2.1. Préparation de l'activité</p>	<p>La préparation de l'activité suppose une phase de réflexion préalable permettant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'énoncer clairement les objectifs à atteindre - de repérer et d'évaluer les différentes contraintes - d'identifier les ressources, matérielles, humaines et informationnelles - d'identifier les méthodes de travail à mettre en œuvre et les outils disponibles ou non 	<p>Objectifs de l'activité. Contraintes temporelles, humaines, financières, techniques, juridiques, commerciales, environnementales.</p>
<p>2.2.2. Définition, recherche et analyse des informations utiles</p>	<p>Cette étape s'appuie sur la mise en œuvre des méthodes de recherche documentaire et d'enquête, abordées en parallèle dans la partie " information " .</p>	<p>Prise en compte de l'existant. Définition des besoins d'information. Mise en œuvre de méthodes de recherche et d'analyse.</p>
<p>2.2.3. Conduite de l'activité</p>	<p>La conduite d'activités requiert la mobilisation d'outils organisationnels et de productivité qui sont le plus souvent des logiciels généraux (de bureautique) ou spécifiques (logiciels de planification, agendas numériques...).</p>	<p>Outils de planification. Outils d'évaluation et de surveillance des coûts. Gestion des moyens matériels et humains. Gestion des imprévus, des urgences,</p>

		recours aux alternatives.
2.2.4. Contrôle et suivi de l'activité	<p>L'autocontrôle est un moyen de première sensibilisation à la notion de qualité. Le contrôle peut être mené :</p> <ul style="list-style-type: none"> - par rapport aux différents critères d'appréciation : efficacité, créativité, innovation, qualité, respect du temps ; - par le contrôle des coûts en comparant les coûts constatés aux coûts prévus. <p>Les conclusions peuvent déboucher sur la proposition de mesures correctives voire sur une remise en cause des choix effectués lors des phases de préparation, recherche des informations, conduite de l'activité</p>	<p>Autocontrôle. Évaluation des résultats. Définition de mesures correctives. Reformulation des objectifs, des contraintes, informations nécessaires...</p>

III. INDICATIONS COMPLÉMENTAIRES

Indications générales

Le programme d'information et communication traduit une approche rénovée et enrichie de cet enseignement caractérisée par :

- une introduction à la psychosociologie des organisations dont le point d'entrée est le comportement des individus,
- un approfondissement conceptuel dans l'étude de la communication et de l'information,
- le développement d'une culture technologique en phase avec l'évolution des technologies de l'information et de la communication, notamment des réseaux,
- une approche méthodologique de l'organisation des activités individuelles, première étape d'une démarche d'organisation qui sera approfondie et élargie en classe terminale et lors d'études ultérieures.

Organisation du programme

La succession des quatre parties du programme répond à une logique d'étude visant à installer d'emblée des notions de psychologie sociale (première partie) qui, outre leur valeur culturelle propre, constituent des pré-requis utiles à l'étude de la communication, de l'information et de l'organisation.

Les connaissances sur le comportement des individus étant acquises en début d'année scolaire, il devient alors possible de procéder à l'étude des trois autres parties. Cette étude peut être conduite en parallèle en raison des fortes interrelations existant entre elles.

Le repérage des cadres horaires fournis à titre indicatif en regard de chaque partie, l'identification des pré-requis et la lecture des indications complémentaires devraient faciliter l'élaboration d'une progression pédagogique équilibrée, en harmonie avec les autres cours notamment celui de management des organisations.

Le programme est présenté en trois colonnes.

- la colonne de gauche énumère et hiérarchise les thèmes d'étude,
- la colonne centrale précise le sens et la portée de l'étude de chaque thème. Elle précise leur étendue, indique le contexte et les limites de leur étude.
- la colonne de droite énonce les notions et contenus à développer en regard des différents thèmes et des sous parties qui leur correspondent. Les notions ici présentées doivent être acquises par les élèves au terme de l'année scolaire. Cette acquisition fait l'objet d'une évaluation régulière tout au long de leur formation,

Stratégie pédagogique

Afin de développer l'intérêt et la motivation des élèves tout en facilitant les acquisitions conceptuelles et notionnelles nécessaires à la poursuite de leurs études, il convient d'installer des démarches pédagogiques appropriées.

Chaque partie (voir infra) préconise la démarche : *Observation à Analyse à Conceptualisation* et l'illustre par quelques exemples indicatifs. D'autres approches, plus déductives ou expositives peuvent être envisagées ponctuellement lorsque le thème d'étude s'y prête. Néanmoins, toute séquence pédagogique doit permettre aux élèves, par une synthèse adaptée, de dégager l'essentiel des notions abordées. C'est notamment par ce travail de conceptualisation que l'enseignement de communication et information prend tout son sens et facilite les pratiques d'évaluation nécessaires au professeur comme aux élèves pour s'assurer des acquis et opérer les remédiations éventuelles.

Que les élèves soient appelés à observer ou à agir, les exemples qu'il convient de choisir, dans la majorité des cas, prennent pour référent l'organisation : entreprises, associations, administrations et collectivités, ONG, etc. Ils concernent de préférence les activités à caractère administratif et commercial et fournissent ainsi aux élèves des repères

utiles au choix de la spécialité de terminale, voire à la définition de leur projet d'études supérieures ou professionnel.

Le recours aux technologies de l'information et de la communication est privilégié et toutes les ressources de l'établissement doivent être disponibles qu'il s'agisse des outils de communication (magnétoscopes, caméscopes, vidéo-projecteurs...), des logiciels de gestion, du réseau pédagogique ou d'Internet. L'utilisation de ces moyens est généralement plus opportune en classe dédoublée si l'effectif de la classe l'autorise. On veillera à leur mobilisation dans des conditions matérielles adaptées (qualité de l'espace et disponibilité des outils), en particulier pour les enseignements de communication (observation, analyse et simulations).

L'enseignement du cours de communication et information est assuré par un seul professeur qui entretient un courant d'échanges régulier, pouvant déboucher sur des actions pédagogiques concertées, avec les autres professeurs chargés de l'enseignement de management, de gestion et de français tout particulièrement.

Indications détaillées

A. Le comportement des individus

Cette première partie du programme introduit quelques notions de base de psychologie sociale qui seront mobilisées (et donc explicitement réinvesties) dans les parties suivantes de ce programme et dans les programmes de terminale, spécialement en communication et mercatique.

Cette partie constitue donc un préalable indispensable à l'étude des notions relevant d'autres domaines :

- Un préalable à l'approche de la communication.

Un échange communicationnel est un acte social dans lequel le comportement des individus en relation a un impact majeur. On conçoit donc toute l'utilité de sensibiliser d'abord les élèves aux comportements qu'adoptent les individus dans leurs relations sociales ou lors d'actes de consommation, à leurs attitudes et à leur perception du monde. En outre, la communication s'inscrit toujours dans un contexte donné porteur de culture, de valeurs partagées (ou non), de règles et de normes que l'approche psychosociologique aide à appréhender. Cet éclairage est particulièrement utile pour l'étude de la communication des organisations.

- Un préalable à l'approche de l'information.

Certaines notions de base du comportement des individus, en particulier celle de perception, seront mobilisées.

- Un préalable à l'étude de l'organisation.

La prise en compte des facteurs comportementaux doit permettre d'appréhender la dimension humaine des démarches d'organisation.

La logique générale de cette partie doit être mise en valeur : les comportements (professionnels, de consommation ou plus généralement sociaux) sont influencés par divers facteurs (première partie) et sont mis en œuvre dans le cadre d'une dynamique comportementale (deuxième partie).

Il s'agit d'introduire les notions, de les définir et de leur donner du sens à partir d'exemples simples. Il ne s'agit donc pas d'aborder ici les nombreuses théories relevant de la psychologie ou de la sociologie.

Les contextes de référence peuvent être :

- les relations de travail,
- les groupes sociaux organisés,
- les activités de consommation.

Sans que cela soit systématique, la démarche pédagogique recommandée est la suivante : *Observation à Analyse à Conceptualisation*.

Lors des phases d'observation et d'analyse, la réflexion des élèves pourra être guidée par des grilles ou par des plans de questionnements.

Des exemples simples, à portée des élèves et pris dans leur environnement immédiat peuvent être mobilisés dans un premier temps. On privilégie, par exemple, l'observation de situations quotidiennes (dans la rue, dans les transports en commun, dans les magasins, etc.), ou professionnelles à partir de supports audiovisuels ou de films.

Les situations impliquant l'élève sur un plan personnel ou touchant à leur environnement familial sont à proscrire. Les élèves doivent rester extérieurs aux situations observées. Le contexte de référence est explicitement celui des relations de travail, des groupes sociaux organisés et des phénomènes de consommation.

Introduction : Interaction individu/groupe

Dans le cadre de cette introduction, on se limite à une définition du comportement, assortie d'illustrations. Les interactions individu/groupe sont mises en évidence à partir de l'observation ou de l'analyse de quelques situations

simples.

On montre, par exemple, l'influence sociale ou l'influence du groupe sur les choix vestimentaires, musicaux, cinématographiques, sur les codes langagiers, sur le rejet ou l'attraction pour une marque déterminée.

1. Les facteurs du comportement

1.1. Les facteurs socioculturels

Les structures de socialisation favorisent l'acquisition des normes, valeurs, comportements. Des exemples simples peuvent être utilisés pour illustrer l'influence des structures de socialisation sur les comportements des individus. Ils seront centrés de façon privilégiée sur les notions de groupe d'appartenance, de groupe de référence, d'organisation.

Exemples : la famille, les tribus, le club de sport, le groupe professionnel, les groupes sociologiques.

Précautions : Les références à la structure familiale ne doivent en aucun cas faire appel à des situations familiales personnelles.

Les notions de culture, norme, valeur et mode de vie sont définies et illustrées par des exemples simples. Il est essentiel de mettre en valeur :

- les liens et les interactions entre ces notions,
- leur influence sur les comportements.

Cette approche permet d'aborder ensuite plus facilement certaines notions situées dans les autres parties de ce programme (communication, par exemple).

Une approche simple des notions est à privilégier. Les exemples sont pris dans les domaines de la vie en société et de la vie des organisations (relations de travail et mercatique). L'analyse de tableaux statistiques ou de résultats d'études est un moyen utile pour caractériser les notions abordées. Il est inutile de présenter les typologies détaillées de valeurs.

1.2. Les facteurs psychologiques

- Variables individuelles de la personnalité.

Les notions de personnalité et de traits sont simplement définies et différenciées. Il est inutile d'aborder les théories de la personnalité ou les typologies complexes de traits de personnalité. En ce qui concerne ces derniers, seuls seront abordés : introversion / extraversion, autonomie / soumission, stabilité / instabilité, logique / affectif.

Des exemples permettent d'illustrer ces traits de personnalité et de montrer l'impact de la personnalité sur les comportements et sur la communication.

Il convient de sensibiliser les élèves à l'absence de rigueur scientifique de certains moyens de description des traits de personnalité, diffusés notamment dans les médias. Le recours direct à des tests doit être exclu.

- Dimension affective et émotionnelle

Le comportement individuel est affecté par les émotions (joie, tristesse, colère, peur, surprise, dégoût) qui peuvent modifier les conditions de production et de réception d'un message.

On sensibilisera l'élève, à travers des exemples pris hors de la classe (extrait de sketches, de films ou de pièces de théâtre), à la nécessité de les repérer et d'en voir les effets au niveau comportemental et relationnel.

2. La dynamique comportementale

2.1. Sensation et perception

L'étude du processus de sensation et de perception a pour objectif de faire comprendre la manière dont sont ressentis, perçus, compris et mémorisés des messages ou des situations. L'accent est porté sur les phases d'attention et d'interprétation pour faciliter notamment l'étude de la communication. En revanche les processus mentaux liés à la compréhension de même que les différents types de mémoires sont exclus du champ d'étude de cette partie.

La relativité de la perception peut être approchée par des exemples simples à partir d'extraits de films, de photographies d'actualité, de spots (radios, télévision), d'images publicitaires, de textes (travail sur le fond et la forme), etc. Les images polysémiques peuvent en favoriser la prise de conscience par les élèves. Il n'est cependant pas souhaitable de se limiter à de telles images : il est utile de montrer que des objets (images, textes...) *a priori* simples peuvent aussi générer des sensations et des perceptions différentes d'un individu à l'autre.

2.2. Attitude et comportement

La notion d'attitude est couramment utilisée dans le monde professionnel. Il s'agit de la définir, d'en illustrer l'application et d'aborder le lien plus ou moins étroit entre attitude et comportement.

Il est important de mettre en valeur que l'attitude comporte trois dimensions (affective, cognitive, conative) qui interagissent les unes sur les autres.

Lors des phases d'analyse ou d'observation, les supports pédagogiques (grilles d'observation ou d'analyse, plans de questionnement...) sont appliqués à diverses situations sociales ou commerciales. Ces situations mettent en relief la diversité des attitudes et permettent aux élèves de les repérer, d'analyser leurs dimensions et de leur révéler les liens plus ou moins étroits entre attitude et comportement.

B. La communication

L'introduction de la communication en classe de première permet de présenter les premières notions de la communication interpersonnelle, notions fondamentales qui sont mobilisées dans l'étude de la communication des organisations et, en terminale, dans la communication de groupe ou de masse. Ces notions permettent aux élèves d'observer et d'analyser une situation de communication interpersonnelle ou organisationnelle et d'entreprendre l'apprentissage d'une communication raisonnée en mobilisant, quand cela est nécessaire, les technologies de l'information de la communication.

Cette étude ne peut pas se limiter au modèle " émetteur – récepteur " ou transitif, qui présente une vue mécaniste du processus de transmission. D'autres modèles existent qui analysent l'interactivité dans la communication ou encore la production du sens. Il ne s'agit pas, dans ce programme, de présenter aux élèves les différentes écoles ou théories. Cependant, l'enseignant doit procéder à leur investigation pour enseigner, de façon rigoureuse, les notions qui sont à la portée des élèves et qui leur fournissent les éléments d'analyse et de compréhension des relations sociales dans le contexte des organisations.

1. Notions de base

La démarche pédagogique recommandée est la suivante : *Observation à Analyse à Conceptualisation*

C'est ainsi que la notion de communication peut être approchée à partir de l'observation d'exemples simples, relevant de divers types de communication (publicité, journal télévisé, communication institutionnelle, échange entre personnes, etc.). On peut montrer comment l'information devient de la communication au travers des phénomènes d'expression et d'influence mais on observe aussi que la communication peut n'avoir d'autre objet réel que la construction et l'entretien d'une relation.

Les composantes d'une situation de communication et les enjeux des acteurs seront identifiés et qualifiés en s'appuyant sur des schémas ou des grilles invitant au questionnement A titre d'exemple : Quels sont les acteurs ? Que visent-ils ? Quelles stratégies mettent-ils en œuvre ? Que risquent-ils dans cette communication ? En quoi le canal utilisé a-t-il influencé le message ? Comment le message peut-il être interprété ? Comment pourrait-il l'être dans tel autre contexte ?

2. La communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle est un phénomène de partage de sens par l'interprétation réciproque de signes, et non un simple transfert d'informations. L'approche de ce phénomène prend appui, entre autres, sur les notions abordées lors de l'étude préalable du comportement des individus. Il convient d'aiguiser la capacité des élèves à percevoir et analyser des situations de communication simples, relevant de la vie sociale ou de la relation commerciale, à décrypter des phénomènes, des interactions, en évitant les jugements en termes de " bonne " ou de " mauvaise " communication. Cet enseignement exploite largement l'observation et l'analyse de situations réelles ou simulées.

Là encore, la démarche : *Observation à Analyse à Conceptualisation* peut-être conseillée.

L'approche de la communication interpersonnelle s'opère de manière progressive, mais globalisante, de manière à sensibiliser les élèves à la notion de processus dynamique, d'interaction des composantes. Les notions contenues dans ce programme ne doivent donc pas être strictement compartimentées et abordées les unes après les autres ; il convient de les inscrire dans une approche explicative globale de la communication.

Par exemple, en observant une situation appropriée, on pourra mettre l'accent sur les signes non-verbaux échangés, mais on les situera dans un contexte, on montrera comment ils contribuent à la construction du sens, en quoi certains relèvent de rituels, etc.

Les objets d'observation sont par exemple :

- des situations de communication rapportées au travers de séquences de films, d'émissions de télévision, des supports spécifiques de formation à la communication, sur cassette vidéo, cédérom, DVD, etc. ;
- des " reportages " de communication effectués par les élèves eux-mêmes, à partir de situations d'échange observées dans leur vie quotidienne, notées et rapportées dans toutes leurs composantes : contexte, interactions verbales et non-verbales, enjeux perceptibles ;
- des articles relatifs à l'analyse de situations de communication ;
- des situations simulées en classe, en jeux de rôles ;

- des " cas " de communication qui décrivent une situation d'échange dans son contexte et permettent une analyse.

Il est essentiel que les situations observées n'impliquent personnellement ni les élèves eux-mêmes, ni leur famille, ni des personnes proches de leur entourage ou connues par d'autres élèves. L'observation s'opère en terrain neutre : dans les transports, les couloirs du lycée, à la cantine, dans la rue, etc. Lors des simulations, les élèves jouent bien un rôle (et jamais ce qu'ils sont eux-mêmes). Les situations qui leur permettent de se projeter dans le monde du travail ou des échanges sociaux sont ainsi les mieux adaptées : ils entrent alors dans la peau d'un personnage, dans une relation fictive du type " client / vendeur ", " professionnel / stagiaire ", " recruteur / candidat ", etc.

La phase d'analyse est essentielle : il ne s'agit pas seulement d'observer des phénomènes, mais aussi de les interpréter, de leur donner un sens, de les rattacher à des notions. L'analyse passe par la verbalisation de cette interprétation. Elle s'appuie sur des grilles ou des schémas qui structurent les référents maniés par les élèves. Les concepts sont donc abordés, réactivés, approfondis progressivement, à partir de l'analyse de situations observées.

L'évaluation est généralement formative : une analyse des phénomènes de communication observés est à privilégier plutôt qu'un jugement en termes de " bonne " ou " mauvaise " communication. Les élèves sont sensibilisés à l'idée qu'il ne s'agit pas d'atteindre à tout prix une hypothétique communication " parfaite ", mais de comprendre d'abord des phénomènes pour adopter progressivement des principes et des attitudes facilitant l'échange. L'identité en construction des élèves est ainsi respectée et protégée, du temps leur est accordé pour évoluer vers une pratique plus raisonnée de la communication, grâce à une mise en œuvre fréquente, dans des séquences courtes.

Dans le domaine de la communication, il convient de développer le sens critique des élèves à l'égard de toutes les recettes... pourtant nombreuses.

2.1. Construction du sens

Les observations, les jeux de rôles aident à repérer et comprendre les phénomènes d'interprétation, au travers de l'analyse des interactions.

Il est important de relever le rôle de l'écoute et de l'empathie lors d'une communication sans aborder toutefois les techniques de l'écoute active raisonnée ni la gestion des situations conflictuelles.

2.2. Expression de l'identité des acteurs

Les séquences vidéo, les reportages sont des supports privilégiés pour analyser les phénomènes de positionnement des acteurs et d'expression de soi, de manière externe, sans impliquer l'identité des élèves.

2.3. Rôle des normes de communication

Des articles, des reportages sensibilisent à l'universalité de l'existence des rituels de communication, mais aussi à la relativité des codes, en fonction des groupes d'appartenances. Cela aide les élèves à prendre conscience de leurs propres codes et, éventuellement, à leur inadéquation relative dans des contextes qui leur sont moins familiers (le monde du travail, par exemple).

2.4. Importance du contexte sur la communication

A partir d'observations variées (jeux de rôles, séquences vidéo, reportages, cas de communication, etc.), on peut montrer comment le contexte est perçu par les acteurs, et comment il influe sur les interactions.

2.5. Ressorts de l'influence

L'observation de situations (jeux de rôles, séquences vidéo, etc.) aide à repérer les différents ressorts de l'influence et les stratégies mises en œuvre par les acteurs d'une situation de communication. La répétition de telles analyses peut permettre de distinguer ce qui est du registre de l'argumentation ou de l'influence ouverte et ce qui n'est que pratique manipulatrice.

3. La communication des organisations

La communication des organisations peut être abordée à partir d'exemples simples et concrets tirés de l'environnement de l'élève. Ces exemples pourront concerner :

- des organisations variées : entreprises, associations, organisations non gouvernementales, administrations, etc. ;
- des situations plus ou moins proches de l'élève : communication commerciale, communication institutionnelle, mais aussi communication financière, communication de crise, communication interne, etc.

Les exemples font appel aux technologies de l'information et de la communication chaque fois que la réalité des pratiques de travail l'impose.

Il s'agit de permettre à l'élève :

- d'identifier, de caractériser et de mobiliser les concepts précédemment étudiés en les intégrant dans l'analyse de son environnement ;
- de prendre conscience de leur forte interdépendance ;
- de prendre conscience que la communication formelle des organisations est une communication raisonnée qui répond à des objectifs précis.

3.1. Communication interne et externe

L'objectif de l'étude est de donner à l'élève la capacité de repérer une action de communication, d'en retrouver la fonction essentielle, l'objectif, la cible, le canal et d'identifier les moyens utilisés.

A partir d'exemples concrets, on s'attache à définir ces diverses notions de façon rigoureuse, à faire ressortir les relations qui existent entre elles et à apprécier les résultats produits par rapport aux effets attendus. A chaque étape, l'accent sera mis tout particulièrement sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication.

3.2. Analyse de la communication des organisations

- Éléments communs à la communication orale, écrite ou visuelle dans le contexte des organisations.

Ces éléments sont abordés essentiellement dans le cadre d'exercices pratiques d'observation et d'analyse de pratiques réelles de communication d'organisations. Ils ne font en aucun cas l'objet de longs développements théoriques. Les situations, simulées ou réelles, proposées aux élèves sont des situations simples qui concernent les relations commerciales ou administratives. On peut à cette occasion observer l'influence des supports sur le comportement de la cible.

- Communication orale.

Cette partie du programme prend appui sur les notions de base et de communication interpersonnelle. Elle les situe dans le contexte des organisations. L'observation de situations relevant du monde du travail permet d'approfondir l'approche des concepts plus généraux avec lesquels elle peut-être menée en parallèle. On part par exemple de l'observation de documents vidéo, de l'écoute de communications téléphoniques ou de messages enregistrés, de visites d'entreprises...

Les techniques liées à la communication orale (écoute active, reformulation, procédés de l'argumentation) peuvent faire l'objet d'observations à partir d'extraits d'émissions télévisées ou de films présentant des situations relevant du monde du travail.

Cependant leur mise en œuvre par les élèves eux-mêmes ne relève pas du programme de première.

L'utilisation de grilles d'observation et d'analyse est indispensable.

Un travail de prise de notes peut être réalisé à l'occasion de situations de communication orale courtes afin de mettre en évidence son apport dans la restitution de l'information.

- Communication écrite.

L'étude de la communication écrite peut s'articuler selon deux approches tantôt successives, tantôt alternées :

- observation et analyse d'écrits professionnels réels : cette observation de supports variés (mémos, lettres, notes, imprimés, communiqués, tableaux, etc.) doit permettre de repérer l'image de l'organisation, d'identifier et de distinguer les structures logique et formelle, de reconnaître quelques règles d'écriture et de présentation ainsi que les fonctionnalités des systèmes informatisés qui ont pu être utilisés pour leur production et leur diffusion ;

- production de messages et de supports écrits : l'analyse préalable de situations de communication simples conduit à la production de messages et de supports en tenant compte de contraintes diversifiées : structuration logique du message, maîtrise de la langue française (vocabulaire, grammaire, orthographe), charte graphique, longueur, style.

Sans éliminer la pratique de la rédaction manuscrite, cette production conduit le plus souvent à utiliser les outils logiciels adaptés à la mise en forme de documents (textes, tableaux, graphiques ou images). Les fonctionnalités de ces logiciels sont mises au service de la lisibilité du document, du renforcement du sens et, plus généralement, de la qualité et de l'efficacité du message.

La communication écrite est appréhendée également dans la complémentarité qu'elle entretient avec d'autres formes de communication notamment orale (prise de notes, supports écrits communicants) et visuelle (affiche, logo).

- Communication visuelle et audiovisuelle.

Une démarche analogue à la précédente, observation et production, permet d'étudier et d'appliquer les spécificités de cette forme de communication, notamment les signes tant visuels que sonores qui contribuent à son efficacité.

Il convient d'attirer l'attention des élèves sur la multiplicité des pratiques professionnelles au travers de l'observation de supports écrits et visuels réels, provenant d'organisations variées.

L'observation et l'analyse peuvent porter sur des supports visuels et audio-visuels. En revanche, la production se limitera en classe de première aux supports visuels. Parmi ces derniers, pour les tableaux, graphiques et images numériques, une attention particulière doit être portée au choix raisonné d'une mise en forme qui sert au mieux le sens des données représentées.

Il est indispensable d'être très exigeant sur la qualité des productions et sur l'adéquation entre le support de communication choisi, le sens et la finalité des informations communiquées.

3.3. Communication et réseaux informatiques

▪ Principes de la communication en réseau.

Cette initiation vise à familiariser l'élève avec le travail en réseau en l'invitant à en observer les potentialités et à en mesurer les risques. Le réseau n'est pas uniquement objet d'étude, il est aussi support de communication dans la classe pour organiser le stockage de la documentation, diffuser des informations pratiques, donner accès à des supports de cours, échanger avec ses pairs et les professeurs.

Le recours systématique au réseau comme support de l'activité pédagogique participe de l'apprentissage.

Les usages du réseau doivent donner lieu à une analyse dans le but de mettre en évidence les notions associées :

- se connecter au réseau : service, utilisateur, groupes d'utilisateurs, droits d'accès ;
- lire les paramètres réseau d'un poste de travail : adresse IP, services, protocoles ;
- accéder aux ressources du réseau, les utiliser : nature des ressources, chemins d'accès ;
- utiliser le réseau pour échanger des documents électroniques ;
- accéder à un site ou à un document sur Internet : protocoles utilisés, débit, format des fichiers, adresse réticulaire ;
- rendre accessible une ressource sur le réseau local : services de partage et de contrôle d'accès ;
- rechercher des virus, identifier et bloquer les messages indésirables : identification des risques.

L'analyse de la structure des types adresses les plus fréquemment utilisées : adresse réticulaire (URL), adresse de messagerie électronique (mél), adresse IP (*Internet Protocol*) doit conduire à l'explicitation des principes d'adressage. L'approche fonctionnelle des composants du réseau : ordinateurs hôtes du réseau, média, concentrateur, commutateur, routeur sera facilitée par une représentation schématisée d'un réseau réel.

L'initiation à la gestion des groupes d'utilisateurs doit être l'occasion de sensibiliser les élèves à la notion de sécurité sur les réseaux et de mettre en évidence les méthodes fondamentales : enregistrement des comptes d'utilisateurs, mot de passe, appartenance à des groupes, affectation de droits d'accès. Il s'agit d'abord de responsabiliser les élèves en montrant que l'éducation à la sécurité du système informatique implique le respect de procédures mais aussi d'une éthique pouvant être exprimée à travers une charte du bon usage des ressources du réseau. La dimension citoyenne de cette éducation implique une sensibilisation au respect d'autrui, de son espace de travail virtuel, de son expression, de la propriété des contenus diffusés sur le réseau ainsi qu'une information précise sur les risques liés à la consultation de sites illicites ou susceptibles de choquer la sensibilité des élèves.

La protection contre les virus est l'un des éléments de cette éducation à la sécurité des systèmes informatiques. On cherche à fournir des réponses à des questions concrètes : quels sont les risques, les sources, les formes et les modes de contamination ? On sensibilisera également les élèves aux risques liés à la diffusion de rumeurs et de canulars. On mettra en évidence les règles en matière de protection contre les différentes formes de virus : éviter les comportements à risque, connaître les sources d'information fiables, utiliser les moyens disponibles (antivirus, pare-feu), appliquer des procédures en matière de détection et d'éradication.

▪ Spécificités de la communication électronique

On aborde plus particulièrement les usages de la messagerie électronique (courriel). A partir de mises en situation réelles ou simulées, les élèves sont amenés à recevoir, à produire et à diffuser des messages. On insiste sur le fait que la simplification du message dans sa forme et sa formulation ne dispense pas de l'exigence de réflexion préalable, de rigueur, de concision et de recherche de qualité.

C'est aux élèves qu'il appartient de faire le choix du meilleur mode de communication en fonction de la situation à laquelle ils sont confrontés.

Une utilisation rationnelle des fonctionnalités d'un logiciel de messagerie : gestion des annuaires, organisation et classement des messages et des documents attachés, définition et utilisation des filtres est attendue.

C. L'information

L'information est nécessaire à l'individu, à l'organisation et à la société. Elle constitue, en gestion, une ressource indispensable qui participe à la création de valeur. Son étude relève à la fois des sciences humaines et des sciences de

l'information.

Cette partie du programme présente le concept d'information et s'attache à démontrer son rôle pour les individus et pour les organisations.

Elle aborde la recherche d'informations en insistant sur les procédures à mettre en place, l'identification des étapes de la démarche à installer, la connaissance des outils et des méthodes spécifiques et leur utilisation. Elle sensibilise les élèves à l'évaluation des informations recueillies pour leur permettre d'adopter une attitude critique.

1. L'information et les concepts associés

Là encore, la démarche pédagogique recommandée est la suivante : *Observation à Analyse à Conceptualisation*

1.1. Définition

On s'attache à définir le concept d'information en fonction de sa nature en partant de faits ou d'événements pour arriver à la connaissance. On démontre que, de la donnée à la connaissance, il s'agit d'un continuum au cours duquel l'intervention humaine devient croissante.

On montre, au niveau collectif, la place qu'occupe l'information dans la société, le rôle de l'évolution des technologies de l'information, leurs répercussions sur la vie sociale en général et celle des organisations, en particulier, tout en suscitant une attitude réfléchie et prudente. Les mythes et les réserves que suscitent les technologies de l'information sont évoqués.

1.2. Caractéristiques

Les caractéristiques de l'information (formes, origine, statut, qualité et coût) sont abordées sous un aspect opérationnel. Il s'agit de partir de réalités facilement compréhensibles pour l'élève et de déboucher ensuite sur des illustrations propres à l'entreprise de façon à le familiariser à l'organisation.

On montre que l'information peut provenir de différentes sources formelles ou informelles, que l'élève doit pouvoir distinguer et qui sont développées dans la troisième partie. Elle peut se voir attribuer un statut plus ou moins important en fonction des qualités qu'elle présente (rareté, précision, confidentialité, impact...). L'information devenant stratégique pour l'organisation, on doit envisager son coût (coût d'acquisition, de collecte, d'interprétation...)

1.3. Rôle de l'information

Les flux d'informations permettent de découvrir l'environnement, de se repérer, de s'en faire une représentation et de comprendre son fonctionnement.

Information et communication sont étroitement liées (Cf. partie 2).

Là encore, le cours peut être illustré par des exemples, au départ, empruntés à l'univers de l'élève puis transposés à l'entreprise de façon à le familiariser à cette réalité.

On peut s'appuyer sur des exemples démontrant que l'information prend des formes variées et souvent combinées (numériques, alphanumériques, sonores, visuelles, fixes ou animées). Des situations de travail collaboratif sont proposées aux élèves : participation à plusieurs à la réalisation de supports d'informations (panneau d'information, charte de l'utilisation en libre-service d'une salle informatique, présentation de leur filière de formation).

2. La recherche d'information

2.1 Identification du besoin d'information et typologie des sources.

Les scénarios de recherche doivent s'appuyer sur des besoins concrets d'informations, de connaissances. Ils peuvent faire référence à tous les champs disciplinaires de la formation, dans l'ordre des enseignements généraux comme dans celui des enseignements technologiques. La concertation entre les enseignants concernés et les personnels de documentation s'impose. La démarche prendra en compte les contraintes opérationnelles : usuels disponibles, moyens d'investigation et de consultation, durée prévue, formes et modalités de restitution.

2.2 La recherche documentaire.

Des supports diversifiés sont utilisés pour faire acquérir cette compétence et s'assurer que les élèves l'exercent quelles que soient les informations analysées :

- la toile mondiale, les listes de diffusion, les abonnements, les consultations périodiques de favoris (en particulier pour la veille informationnelle), ainsi que le recours aux supports numériques ;
- les bibliothèques réelles ou virtuelles ;
- les centres de documentation, en particulier spécialisés ;
- le système d'information d'une organisation, en particulier la manipulation d'un langage de requête sur une base de données.

Dans les établissements, il s'agit de démontrer le rôle des documentalistes : il est souhaitable de s'appuyer sur leur savoir-faire pour illustrer cette partie.

Le recours aux technologies de l'information et de la communication est indispensable. Il doit déboucher sur des applications concrètes et diversifiées avec utilisation d'outils adaptés pour trouver avec efficacité les informations recherchées.

On cherche notamment à expliciter les méthodes de référencement et de recherche sur la toile en mettant en évidence les caractéristiques communes et les spécificités des différents moteurs de recherche disponibles sur Internet. (règles syntaxiques, commandes logiques, opérateurs logiques).

Une importance toute particulière est accordée au développement de l'esprit critique des élèves. Il est nécessaire d'être attentif aux motivations et aux enjeux des auteurs, à leur crédibilité, aux procédés choisis pour donner du sens à l'information, en s'appuyant sur les parties " comportement de l'individu " et " communication " du programme. Il est essentiel d'insister sur la nécessaire prudence à adopter vis-à-vis des informations disponibles sur Internet ou dans les autres médias et de mettre en place les réflexes de contrôle de pertinence et de validité des informations recueillies

2.3 L'enquête.

L'étude de l'enquête privilégie, au niveau de la classe de première, l'élaboration et l'exploitation du questionnaire.

Le recours au questionnaire comme instrument de recueil d'informations sera justifié par la nature du besoin initial, les caractéristiques de l'information éventuellement disponible et le contexte de l'étude. La clarification des attentes et l'identification de la cible seront fortement guidées.

Il n'est pas utile que les questionnaires intègrent un grand nombre de types de questions. Il est raisonnable de se limiter aux questions fermées à choix unique ou à choix multiple, aux questions ouvertes (textes ou numériques) et aux questions de classement ou de notation. Ne seront donc pas utilisés des types de questions élaborées (ex. : échelle de Likert, de Stapel, de sémantique différentielle, questions projectives...). Il faut aussi montrer aux élèves qu'il est indispensable de structurer clairement l'ensemble du questionnaire ce qui implique une analyse préalable (ex. : hiérarchisation des informations à obtenir, regroupement en parties homogènes, etc.).

Les limites en termes de fiabilité de l'information recueillie sont présentées et argumentées. Le recours au support du réseau pour la réalisation du questionnement et aux logiciels standards pour le dépouillement et l'exploitation doit être privilégié.

Les compétences méthodologiques de recherche d'informations sont développées en prenant appui sur des exemples liés aux organisations (association, entreprise, établissement scolaire). Ils peuvent concerner un recueil de données ponctuelles ou une recherche d'information plus complète, impliquant à la fois la constitution d'un dossier documentaire et un recueil d'informations sur le terrain ; par exemple une étude sur les pratiques et les consommations de loisirs des élèves de la classe, de l'établissement... Dans tous les cas, l'étude doit être conduite jusqu'à son terme. La construction d'un questionnaire ne peut être traitée comme un "exercice de style" sans contexte ni finalités véritables. La production d'une synthèse rédigée et présentée, y compris dans un cadre collectif pourra être favorisée.

D. L'organisation

Dans une organisation, les acteurs sont des individus dont la rationalité est limitée. Mais ce sont aussi des professionnels à la recherche d'efficacité, d'où le recours aux méthodes et aux outils d'organisation.

Cette partie de programme doit sensibiliser les élèves à l'importance de l'organisation comme processus et leur fournir ses notions, ses techniques et ses méthodes. Au niveau de la classe de première, l'étude se limite aux activités individuelles sans pour autant ignorer le contexte global de l'organisation et l'activité des autres. Il s'agit donc d'une initiation aux principes d'organisation dont les programmes de terminale donneront une vision plus élargie.

La démarche pédagogique permettant d'aborder cette partie peut s'articuler en deux axes successifs :

- découvrir les notions de base à partir d'activités observées caractéristiques des organisations (administratives, commerciales, de gestion...);

- acquérir les principes d'organisation des activités individuelles en réalisant tout ou partie d'activités réelles ou simulées.

Des exemples précis et concrets doivent permettre de faire acquérir les différentes notions. Ils se réfèrent tant aux activités des entreprises, notamment dans les domaines administratif et commercial, qu'à celles d'autres organisations : établissement scolaire, collectivité locale, association, etc.

Le professeur met en évidence les relations entre communication, information et organisation.

1. Les activités de l'individu dans l'organisation

En prenant appui sur les acquis du cours de "management des organisations", l'introduction, nécessairement courte, doit permettre, de repérer les différents aspects de la notion d'organisation : entité, structure, processus et d'évoquer les

différents niveaux d'analyse de l'organisation (niveaux de l'entité, du groupe et de l'individu).

Les activités individuelles sont situées dans un cadre plus large permettant d'en identifier les finalités, les enjeux et les moyens, considérés comme données.

2. L'organisation des activités individuelles

2.1. Principes d'organisation

Il s'agit de mettre en évidence les principes qui fondent tout processus d'organisation.

▪ Identification des buts.

La prise de conscience de l'utilité et de la nécessité de s'organiser au niveau individuel passe par une identification claire des buts assignés à telle ou telle activité. Le professeur veille par tous moyens à faire respecter par les élèves ce travail de réflexion préalable à toute action (questionnement, fiche d'activité ou tout autre pratique de nature à guider la réflexion des élèves).

La méthodologie de résolution de problèmes n'est pas étudiée en classe de première et les activités choisies doivent conjuguer crédibilité et simplicité afin de développer chez les élèves leurs capacités d'analyse et de créativité et de favoriser l'emploi d'un vocabulaire rigoureux.

Le lien avec les parties " Communication " et " Information " du programme doivent être établis.

▪ Prépondérance du temps.

À partir du constat de la prépondérance et de l'universalité du temps dans toute activité, il convient de rendre les élèves capables de prendre conscience de l'importance du facteur temps et de la nécessité de recourir à des méthodes et des outils appropriés pour en optimiser la gestion.

Ces objectifs peuvent être facilement atteints par l'approche de quelques méthodes élémentaires de gestion du temps et d'outils généralement utilisés (agenda, planigramme) sans qu'il soit nécessaire d'en procéder à une étude exhaustive et détaillée.

▪ Efficacité organisationnelle.

L'analyse de la performance organisationnelle est limitée aux notions d'efficacité, d'efficience et de qualité.

À l'issue de l'étude des principes d'organisation, en observant tout ou partie des activités proposées par leur professeur, les élèves doivent être capables de :

- repérer les objectifs de l'activité étudiée (résoudre un problème ; prendre une ou des initiatives, respecter une procédure préétablie) ;
- dissocier dans l'étude d'un processus l'information, la décision et l'action tout en percevant les étroites interrelations qui les unissent ;
- distinguer clairement les actions individuelles des actions collectives et différencier les missions, les activités et les tâches ;
- situer l'action individuelle dans son contexte global et dans ses relations avec les partenaires internes et externes de l'organisation ;
- identifier les facteurs humains explicites ou sous-jacents (voir partie "comportement de l'individu") ;
- suggérer des initiatives pour améliorer les conditions d'exécution de l'activité et/ou ses conséquences ;
- repérer les méthodes et outils utilisés pour exercer l'activité.

2.2. Démarche d'organisation des activités individuelles

L'objectif est de sensibiliser l'élève à la rigueur des démarches organisationnelles individuelles en en présentant les composantes essentielles :

- analyse préalable ;
- recherche d'informations ;
- recours aux méthodes et aux outils d'organisation ;
- suivi et contrôle de l'activité.

Les démarches seront analysées et appliquées en prenant appui sur des situations (réelles ou simulées) contextualisées et qui nécessitent un enchaînement d'opérations. La conduite de l'activité doit être raisonnée, méthodique. Le recours aux moyens informatiques doit être pertinent.

Il convient ici de privilégier les heures en classe dédoublée pour mettre en œuvre ces activités qui ne pourront être conduites qu'après l'étude du comportement de l'individu et les notions de base de la communication et de l'information.

Les activités proposées au niveau de la classe de première sont principalement réalisées individuellement ou en petits groupes.