L1 SPS Expression Communication

2026 - 2027



Sondage

Communiquer ? Où en suis-je ? | Moodle - Lyon1

Programme

Enseignants : Manel ZENNADI et Thomas ZIELINSKI

@univ-lyon1.fr

Organisation des cours :

Présence obligatoire !

25h CM

8h TD

Programme

UE en lien avec l'UE Stage

Les objectifs :

Savoir se présenter
- A l'oral : Pitch
- A l'écrit : CV et LM

Connaître les concepts de la communication en milieu professionnel
- Les types de communication
- L'écoute active
- (Gestion de conflit)

Se préparer aux relations professionnelles
- Rédiger des e-mails
- Profil professionnel : une carte de visite numérique

Evaluations

Oraux TD :

Manel Zennadi = Groupes / Présentation d'un Poster

Thomas Zielinski = Présentez-vous IRL !

*2*10 points / 40% de la note finale*

Écrit CM : Décembre 2026 1h + 1/3 temps

20 points / 60% de la note finale

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

CV : A quoi sert-il ? Comment le rédiger ?

Lettre de Motivation : A quoi sert-elle? Comment la rédiger ?

Quels moyens de communication ? : Mail / Téléphone / VP / RS / Direct

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Curriculum Vitae

"*Ayant, très illustre Seigneur, vu et étudié les expériences de tous ceux qui se prétendent maîtres en l'art d'inventer des machines de guerre et ayant constaté que leurs machines ne diffèrent en rien de celles communément en usage, je m'appliquerai, sans vouloir faire injure à aucun, à révéler à Votre Excellence certains secrets qui me sont personnels, brièvement énumérés ici*" L. De Vinci, 1482.

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Définition

Un C.V. est un document que le.la candidat.e à une offre d'emploi adresse à un employeur. Ce document présente le parcours du.de la candidat.e : parcours de formation, expériences professionnelles, compétences acquises, ainsi que son identité.

Le C.V. sert au.à la candidat.e à se présenter et à l'employeur à faire correspondre les compétences et l'expérience requises pour le poste.

La rédaction d'un C.V. n'est pas définie par le Code du travail et n'est pas obligatoire.

Mentir sur son C.V. peut être un motif pour l'employeur de licenciement.

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

TITRE

(Dont le poste recherché)

Coordonnées (avec photo éventuellement)

EXPERIENCES PRO *(dont les stages)*

Date – Nom de la structure – Poste

Préciser les missions ou les tâches ou les projets menés

FORMATIONS

Date – Nom de la structure – diplôme obtenu (préciser les mentions si nécessaires)

Université en cours à indiquer

Autres formations éventuelles

COMPETENCES

Soft Skills (Travail en équipe / Management de projet / Coordination)

Techniques (logiciels par exemple / langues parlées)

CENTRES D'INTERETS

Adaptés au poste visé !

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Définition

Une lettre de motivation est un document que le.la candidate à une offre d'emploi adresse à un employeur. Ce document vise à convaincre le recruteur que le.la candidat.e est la meilleure personne pour le poste. A travers ce document, le.la candidat.e s'adresse directement à lui.

La lettre de motivation témoigne au recruteur que le.la candidat.e s'intéresse à l'entreprise, qu'il.elle a compris le poste et a les compétences pour remplir les missions attachées, en développant et en illustrant son parcours. La lettre de motivation permet au.à la candidat.e de se démarquer des autres candidatures en étant plus personnelle.

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Coordonnées du candidat ***Date***

Coordonnées de l'entreprise

Objet de la lettre :

Politesse

Paragraphe 1 : *Votre connaissance de l'entreprise et pourquoi vous vous y intéressez ?*

Paragraphe 2 et + : *Ce que vous aimeriez approfondir avec eux et comment vous le feriez (valorisez vos compétences et vos expériences).*

Chaque paragraphe = une idée

Paragraphe 3 : *Projection avec l'entreprise, rappel des objectifs du stage et de la période.*

Paragraphe 4 : *Conclusion / politesse et ouverture vers une rencontre*

Signature

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Avant de répondre :

- Je consulte les sites / j'épluche les offres
- Je me renseigne sur les missions / les postes / les structures
- Je prends contact avec des structures
    - Si je veux travailler dans un cabinet médical, ou dentaire, il est préférable de m'y rendre. Il en est de même pour des associations.

Avant de me déplacer, je peux prendre des renseignements au téléphone, en me présentant succinctement, l'objet de mon appel et en demandant la procédure classique.

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Candidater :

Il n'y a pas de règles d'envois. Les modalités sont souvent précisées sur les annonces (à lire attentivement).
Le mail ou la plateforme en ligne sont aujourd'hui les voies privilégiées.

Créez-vous une adresse mail professionnelle.

Toujours indiquer vos coordonnées et un objet dans votre mail !

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Suivi – relances :

Règles de savoir vivre :

- Je réponds aux mails ! (ce qui implique d'avoir une adresse mail « professionnelle ».
- Je réponds aux messages ou je rappelle (ce qui implique d'avoir une messagerie)
- Je me rends sur place si pas de réponses.
- Une relance est bien vue par les recruteurs.

CM 1
Poser les bases de la recherche d'emploi

Avant d'arriver :

- Je confirme les dates, heures et lieux d'arrivée pour mon premier jour.
- Je m'assure 2 jours avant que la personne qui me recevra est bien là.
- Je prépare mes affaires et j'ai déjà fait l'itinéraire pour éviter les problèmes de transport.
- Je mets un réveil le jour J !

- Conseil pour l'entretien : TOUJOURS PREPARER AU MOINS UNE QUESTION A POSER !

CM 1
Le pitch

Un pitch est une présentation courte et impactante qui capte l'attention et donne envie d'en savoir plus.

Contexte : Qui êtes-vous ?

Qualification : Quelles sont vos compétences clés ?

Force : Qu'est-ce qui vous rend unique ? (Atout différenciant)

Destination : Quel est votre objectif professionnel ? (Projet à court/moyen terme).

CM 1
Le pitch

Techniques pour capter l'attention

Le langage non verbal :

- Posture (debout, pieds ancrés, contact visuel).
- Gestuelle (éviter de croiser les bras, utiliser les mains pour ponctuer).
- Voix (ton dynamique, débit modéré).

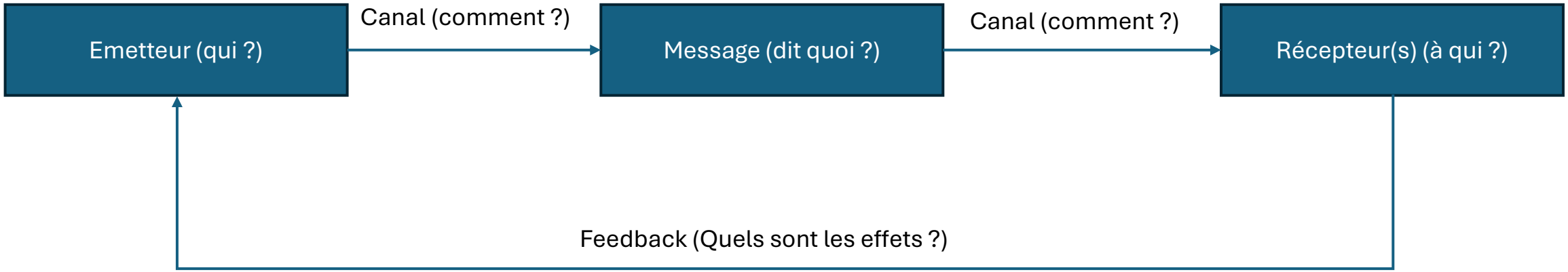
Le storytelling :

- Intégrer une anecdote courte pour rendre le pitch différenciant.

CM 2
communication professionnelle

Communiquer en milieu professionnel

« *Toute communication repose sur un transfert d'informations et implique un émetteur ou source, un récepteur ou destinataire, un message et un canal.* »
BENOIT-MOREAU, DELACROIX, DE LASSUS, 2011)



Selon les modèles de la communication de Shannon et Weaver, 1949 / Lasswell, 1948

CM 2
communication professionnelle

Communiquer en milieu professionnel

Selon les modèles de la communication de Jakobson, 1960 / Riley et Riley, 1969 :

Le message se constitue **d'un contexte, d'un code et d'un contact.**

Le contact : C'est le canal vu précédemment. Il va avoir un impact sur le message, en influençant la manière dont le message va être délivré au destinataire.

Le code : il est commun à l'émetteur et au receveur. Il permet à ce que le message soit compris.

Le contexte : ce sont les influences historique, culturelle, politique, environnementale, familiale, psychologique, etc… qui peuvent alors apporter soit un élément de compréhension supplémentaire, faciliter l'encodage du message ou bien lui apporter un sens caché.

CM 2 communication professionnelle

Les types de communication

Communication directe : dialogue immédiat où **émetteur(s)** et **récepteur(s)** partage(nt) le même espace-temps.

Communication indirecte : dialogue subtile, nuancé où l'émetteur ne s'adresse pas directement au(x) récepteur(s)

Communication verbale : l'émetteur utilise des mots pour transmettre son message au(x) récepteur(s), à l'oral mais aussi à l'écrit.

Communication non verbale : langage corporel, silence, etc…

CM 2 communication professionnelle

Les types de communication

Communication interne : elle structure les échanges au sein d'une organisation, avec trois dimensions essentielles : la transmission d'informations opérationnelles, le renforcement du lien social et le partage de la culture d'entreprise.

Communication externe : elle permet aux organisations de rayonner au-delà de leurs murs. Elle vise à créer des liens durables avec tous les acteurs externes : clients, partenaires, fournisseurs et grand public.

CM 2 communication professionnelle

Les types de communication

Communication descendante : Basée sur un système hiérarchique. Implication des managers pour « montrer l'exemple ».

Communication ascendante : Donner plus de place aux collaborateurs. Faire remonter l'information, une implication plus forte des collaborateurs.

Communication transversale : Les liens hiérarchiques sont estompés. La communication est plus souple, transparente et plus directe.

CM 2 communication professionnelle

1. **Parler le même langage** : complexité du discours (acronymes, vulgarisation) / objectifs ou intentions de l'émetteur …

2. **Ecouter :** Il existe différentes définitions. Ecouter c'est s'appliquer à entendre, prêter son attention, recevoir une donnée, l'accepter.

3. **Positiver un discours :** Approche relationnelle basée sur les interactions constructives.

CM 2 L'écoute active

L'écoute active est une technique de communication qui implique au moins un locuteur et un allocateur.
Elle est employée dans différents domaines d'activité, dont la santé, avec 3 objectifs principaux :

- *Améliorer le diagnostique*
- *Encourager l'adhésion thérapeutique*

L'écoute active suit 3 étapes principales :

1. **L'écoute sans interruption** du locuteur par l'allocateur, dans le respect et la bienveillance (sans jugement).
2. **Le questionnement** en 2 temps : un premier temps de clarification : l'allocateur pose des questions pour préciser certains points abordés par le locuteur. Puis un second temps d'investigation : l'allocateur pose des questions complémentaires au locuteur.
3. **La reformulation**, qui permet à l'allocateur de montrer qu'il a considéré les propos et les réponses du locuteur, et ainsi de vérifier son exactitude.

CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader

Informer : Transmettre des connaissances factuelles, objectives et vérifiées à un individu ou à un groupe d'individus, dans le but d'accroître son niveau de savoir sur un sujet donné.

Exemple : « Le tabac contient plus de 7000 substances chimiques, dont au moins 70 sont cancérigènes ».

Informer ne peut pas garantir un passage à l'action !



CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader

Sensibiliser : rendre une personne attentive et réceptive à un enjeu, en mobilisant à la fois la **dimension cognitive** (comprendre) et la **dimension affective/émotionnelle** (ressentir), afin de susciter une **prise de conscience** favorable à un changement d'attitude ou de comportement.

sensibiliser ne peut toujours pas garantir un passage à l'action !



CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader

Eduquer : transmettre des connaissances ET développer des compétences pratiques (savoir-faire) et des capacités d'autonomie (savoir-être) chez un individu, afin qu'il puisse gérer lui-même sa santé de façon durable, éclairée et responsable.

C'est le concept d'**éducation pour la santé** (ou éducation thérapeutique du patient, dans un contexte de maladie chronique).

Eduquer = Savoir + Savoir-Faire + Savoir-être => Empowerment (autonomisation)

CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader

Persuader : chercher à influencer directement les attitudes, les intentions ou les comportements d'un individu en mobilisant des techniques argumentatives, émotionnelles ou sociales, dans le but de le faire adhérer à un point de vue ou agir dans un sens précis

Persuader = Convaincre + Inciter à l'action, en s'appuyant sur des leviers psychologiques plutôt que sur la seule transmission de connaissances ou de compétences

Exemple : *"80% des fumeurs regrettent d'avoir commencé. Rejoignez les milliers de personnes qui ont arrêté avec Tabac Info Service. Appelez le 3989 dès aujourd'hui."*

CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader

Mobiliser : fédérer un ensemble d'individus, de groupes ou d'acteurs autour d'un objectif commun de santé, en suscitant un engagement actif et souvent collectif, au-delà de la simple adhésion individuelle. La mobilisation vise à transformer des individus convaincus en acteurs du changement, capables d'agir ensemble, de s'entraider et parfois de relayer eux-mêmes le message.

Mobiliser = Fédérer + Engager collectivement.
Du « je » au « nous »

Exemple : "Rejoignez le Mois sans tabac, motivez vos proches et devenez ambassadeur"



CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader



CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader



CM 2 Informer, sensibiliser, éduquer, persuader



