

Faculté des Sciences Humaines et sociales.  
Département : Sciences des SIC.  
Niveau : M2 CRP .  
Examen de semestre : 03.  
Module : Culture communicationnelle dans l'entreprise.  
Date : 16-01-2025 /Durée : 1h30mn.  
Dr. ARAIBIA M<sup>ed</sup> Karim.

## Corrigé type

À partir aux éléments donnés au cours, je réponds aux questions suivantes d'une manière claire, et sans généralités :

### 1/Quel sont les sources qui construisent une culture communicationnelle ? 5 pts

Parmi les sources les plus importantes de la construction de la culture communicationnelle dans l'entreprise.

#### A/ Lois et chartes internes de l'entreprise

Qui tendent vers le cadre officiel dans la répartition des fonctions et des rôles, Où il est déterminé selon les tâches fonctionnelles que chaque acteur dans l'entreprise doit effectuer et les tâches de communication associées liées à : les correspondances administratives, Instructions, Rapports, Réunions, les entretiens, utilisation du web selon les fonctions de l'entreprise.

**B/La référence intellectuelle** et les expériences accumulées de l'acteur dans son domaine de travail.

**C/ Socialisation des acteurs** : Les acteurs apprennent des règles de leurs milieux sociaux et culturels, donc ils sont capables de naviguer et d'interagir en société en se basant sur des normes et des valeurs

Communes.

**D/ Les valeurs des acteurs au sein de l'entreprise** : sont des principes tant moraux que sociétaux sur lesquels elle se base pour évoluer et prendre ses décisions stratégiques afin de réussir l'entreprise

### 2/ Comment la culture communicationnelle permet-elle de connaître le monde intérieur de l'entreprise ? 5 pts

La culture communicationnelle permet-elle de connaître le monde intérieur de l'entreprise à travers l'ensemble des modes de vie, les comportements, le nom de l'entreprise, les logos, le style de l'architecture, la disposition des locaux, dans sa communication symbolique et sémiologique. A travers l'architecture et l'aménagement des postes de travail, une entreprise peut communiquer sa culture

Chaque fait de l'entreprise peut être considéré comme une expression de sa culture et contribuer à celle-ci : la politique du personnel, la présentation des produits, l'attitude face aux clients , l'image à laquelle on veut correspondre, les annonces passées dans les médias

**3/ L'importance de l'événement en général réside dans la proximité .... J'explique le passage .5pts**

Une réponse bien structurée (introduction - **développement** - conclusion) ... (2 point )

- l'événement en général , est un garant de visibilité, un moyen d'élargissement de notoriété. Il permet à l'entreprise, de sculpter sa personnalité, de véhiculer ses valeurs de bonne citoyenneté et d'exprimer son engagement humain et sa responsabilité sociale. L'événement territorial est en lien direct avec la représentation sociale de l'entreprise, il est donc un facteur de renforcement de l'image, de l'identité et de la réputation de l'entreprise.
- sa capacité de mettre l'entreprise en contacte directe avec son public. Plus important que ça, l'événement territorial permet à l'entreprise, de s'implanter dans son territoire comme citoyen et acteur. Cela lui permet de fédérer son entourage et de se doter de plus d'acceptabilité

**4/ La culture communicationnelle dans l'entreprise devrait conduire chaque salarié ... j'explique le passage. 5pts**

Une réponse bien structurée (introduction - **développement** - conclusion) ... (2 point )

- les décideurs dont l'entreprise engage à valoriser au sein de leur personnel un climat et un nouveau mode de communication plus profond, plus global et plus intégrateur.
- En fait la culture d'entreprise devrait conduire chaque salarié à avoir le sentiment que son succès personnel passe par celui de son établissement.
- Mais, dans les organisations, la coopération ne se décrète pas, elle existe quand elle est ressentie par tous comme une nécessité et qu'elle entraîne une véritable adhésion.





.....  
.....  
.....  
.....

**La clarté et la qualité de l'écrit est notée. (2pts)**