

QCM

Réponse unique

1. La communication se définit comme :

a. l'action de communiquer en transmettant quelque chose à quelqu'un.

En effet, il s'agit pour l'émetteur de transmettre un message au récepteur. Il y a donc obligatoirement transmission d'une information et la communication implique deux partenaires.

2. La communication de groupe et la communication de masse présentent :

b. le même avantage : communiquer les informations plus rapidement à un plus grand nombre de personnes.

La communication de groupe, selon son organisation et la dimension du groupe, peut permettre une rétroaction. La communication de masse ne nécessite pas la désignation d'un chef de groupe.

3. Utiliser des titres et des sous-titres dans les écrits professionnels est :

b. possible pour certains écrits professionnels

Par exemple, les titres et sous-titres sont nécessaires pour les rapports ; en revanche, ils ne doivent pas être employés pour la lettre professionnelle.

4. La lettre personnelle est :

b. un document unique adressé à un ou plusieurs destinataires déterminés.

Le contenu de la lettre est rédigé pour s'adapter à une situation précise. Elle peut être adressée à plusieurs destinataires : par exemple, une lettre peut être adressée à un couple.

5. La pièce jointe du courriel :

a. doit porter un nom compréhensible, et avoir une taille et un format adaptés.

Le but est d'en faciliter la réception et le stockage par le destinataire du courriel.

6. Le compte rendu est un document utilisé dans le cadre de :

c. la communication interne et externe

Le compte rendu est un document utilisé dans le cadre de la communication externe (adressé au client concerné par le thème d'une réunion, par exemple le traitement d'un litige) et dans le cadre de la communication interne (adressé aux salariés concernés par le thème d'une réunion, par exemple une réunion sur un problème qualité).

7. Recopier une partie des textes dans la synthèse :

c. n'est pas autorisé.

Il n'est pas possible de recopier une partie des textes dans la synthèse. La rédaction doit être personnelle. Le fait de recopier est de la paraphrase et ne présente pas d'intérêt dans un exercice de

synthèse.

8. Le dossier de presse comprend :

b. du texte, des photos et des illustrations.

Le dossier de presse peut inclure du texte, des photos, des illustrations et des tableaux. L'objectif est de fournir aux journalistes des informations claires et précises.

9. Les réseaux sociaux professionnels ont pour vocation :

b. d'échanger sur des sujets à caractère professionnel.

Les sujets portent sur différentes manifestations professionnelles, des changements de poste des membres du réseau, des recherches d'emploi ou de stage, etc.

10. Pour avoir un appui lors de la présentation orale, il faut réaliser :

b. un document synoptique précisant les points clés de l'intervention orale.

Il faut privilégier un document synoptique, afin d'avoir des repères sur le déroulement de l'intervention. En revanche, un document totalement rédigé conduit à lire les notes et à ne plus regarder l'auditoire, ce qui dégrade fortement la qualité de l'intervention orale.

Plusieurs réponses possibles

11. Le schéma de la communication comprend :

b. l'émetteur, le récepteur et les bruits.

c. les parties en communication, le message.

Le schéma de la communication comprend l'émetteur, le récepteur, les bruits, les parties à la communication, le message mais également ce qui les entoure (bruits, codage/décodage).

12. Parmi les stratégies d'argumentation, la réfutation consiste à :

c. examiner chaque argument d'une thèse pour en apporter la preuve contraire.

Le fait de reprendre une partie de la thèse adverse pour pouvoir ensuite partiellement la critiquer est une stratégie de concession ; la thèse adverse n'est pas contestée en totalité.

Développer des arguments en phase avec la thèse de l'adversaire est au contraire la stratégie de l'adhésion.

Enfin, examiner chaque argument d'une thèse afin de la valider ou non consiste en un examen critique, mais qui ne recherche pas forcément l'opposition, contrairement à la réfutation.

13. Avant de réaliser un écrit professionnel, il faut poser les questions suivantes :

a. Qui est l'émetteur ?

b. Qui est le destinataire ?

d. Quel est l'objectif de l'écrit ?

Il est en effet indispensable de s'interroger sur l'identité de l'émetteur et du récepteur, ainsi que sur

l'objectif de l'écrit. Ce dernier élément est important, car il va conditionner le contenu de l'écrit professionnel, mais aussi la forme de l'écrit (lettre ou courriel par exemple).

14. Le choix d'une formule de politesse dépend :

- a. de la relation hiérarchique entre les correspondants.**
- b. de la nature des liens entre les correspondants.**

La relation hiérarchique entre les correspondants est importante dans une situation de communication interne, tandis que la nature des liens entre les correspondants correspond davantage à une situation de communication externe.

15. La communication interne peut être :

- a. uniquement ascendante.**
- b. uniquement latérale.**
- c. ascendante/descendante ou latérale.**

La communication interne peut être ascendante/descendante ou latérale, elle peut également être uniquement dans l'une de ces directions.

16. Un procès-verbal mentionne :

- d. l'identité des personnes présentes, des personnes absentes excusées et des personnes non excusées.**

Il est essentiel d'indiquer l'ensemble de ces personnes dans un procès-verbal. La différence entre les absences excusées ou non n'est pas toujours précisée.

17. La synthèse est effectuée sans aucune limite de temps.

- b. Non, dans un contexte professionnel, il est nécessaire d'utiliser au mieux le temps imparti.**
- c. Non, lors d'une épreuve de concours, le candidat disposera d'une limite de temps fixe.**

La synthèse est réalisée dans un cadre temporaire limité, que ce soit dans un contexte professionnel ou lors d'une épreuve de concours.

18. L'intégration dans une brochure de photographies de personnes physiques peut être réalisée :

- b. avec l'autorisation de la personne photographiée.**
- c. avec autorisation de la personne s'il s'agit d'une personne publique.**
- d. sans autorisation, sous certaines conditions.**

Intégrer des photographies de personnes physiques dans une brochure nécessite l'accord des personnes concernées, quelles qu'elles soient. Cependant, si la photographie a été prise dans un lieu public et qu'elle illustre l'actualité, l'autorisation de la personne photographiée n'est pas obligatoire.

19. Les apports des réseaux sociaux professionnels pour les organisations sont :

- a. améliorer la notoriété et la visibilité.**
- c. améliorer la marque employeur et recruter.**

Des organisations peuvent participer aux réseaux sociaux professionnels ; ils ne sont pas réservés aux personnes physiques. De plus, cette participation a davantage pour but d'améliorer la communication

externe et non interne de l'organisation.

20. Pour réussir une présentation orale, il faut :

- a. répéter le contenu pour avoir en mémoire les éléments clés.**
- d. vérifier les conditions matérielles de la présentation orale.**

Il est indispensable de maîtriser le déroulement de la présentation en ayant les éléments clés en mémoire. Il faut également vérifier les conditions matérielles de la présentation orale, pour s'assurer du bon fonctionnement des équipements utilisés (microphone, ordinateur, vidéoprojecteur par exemple).

Réponse à justifier

21. Le principal enjeu de la communication pour une organisation est :

- a. d'obtenir l'effet retour souhaité.**

Pour obtenir l'effet retour souhaité, il est important de communiquer un message complet et de l'adresser au bon destinataire. Cependant, il ne s'agit pas du principal enjeu de la communication, mais uniquement de moyens permettant, entre autres, de répondre à cet enjeu.

22. Pour être efficace, une communication verbale doit tenir compte :

- c. du contexte pour s'y adapter.**

La syntaxe et le registre de langue sont également des éléments dont il faut tenir compte, mais non de façon unique, plutôt de façon cumulative. Ils vont d'ailleurs être adaptés au contexte de la communication.

23. Le contenu d'un écrit professionnel :

- b. doit être totalement rédigé pour certains écrits professionnels.**

La quasi-totalité des écrits professionnels doit être rédigée : c'est le cas de la lettre professionnelle, du compte rendu, de la note de synthèse et d'autres écrits professionnels. Nous pouvons noter une exception : le curriculum vitæ.

24. La communication non verbale :

- a. est aussi importante que la communication verbale.**

La communication non verbale est aussi importante que la communication verbale. Elle permet de faire passer des informations essentielles et nécessaires à la compréhension du verbal.

25. Les logiciels de gestion des messageries électroniques permettent :

- a. d'envoyer des courriels de réponse automatique.**
- c. de supprimer plusieurs courriels en même temps.**

Il est également possible de trier automatiquement les courriels par date, mais ce n'est pas le principal intérêt d'un logiciel de gestion de la messagerie électronique.

La suppression de plusieurs courriels en même temps peut également être programmée, par exemple lorsque la date des courriels implique qu'ils sont devenus obsolètes. On peut également prévoir de les archiver, plutôt que de les supprimer.

26. Le contenu du compte rendu comprend :

c. une synthèse des échanges présentée dans un ordre logique.

Le compte rendu présente une synthèse des échanges dans un ordre logique. Il faut présenter les idées essentielles avec une progression cohérente, par exemple la présentation du problème et ensuite celle des solutions proposées.

27. La note de synthèse correspond :

c. à un développement structuré qui reprend les idées essentielles de différents documents.

Le développement doit permettre d'apporter des éléments de réponse à une problématique définie dans l'introduction.

28. La brochure a pour but :

b. de présenter les produits de l'organisation ou un événement à venir.

Elle peut permettre de présenter l'organisation et ses produits, afin de la faire connaître et d'obtenir de nouveaux clients ou salariés. Une brochure peut également être éditée pour présenter un événement à venir et susciter l'adhésion des personnes.

29. Les réseaux sociaux professionnels et les réseaux sociaux d'entreprise sont :

b. différents, mais avec des fonctions communes ;

Les réseaux sociaux professionnels et les réseaux sociaux d'entreprise sont différents dans la mesure où les réseaux sociaux d'entreprise sont réservés aux membres d'une organisation, alors que, pour les réseaux sociaux professionnels, la démarche d'inscription et d'utilisation est individuelle.

Cependant, ils ont des fonctions communes, telles que l'envoi de messages et l'échange d'informations.

30. Il faut s'intéresser, lors de la préparation de l'intervention orale, au profil de son auditoire.

a. Oui, c'est utile dans tous les cas.

Dans le cadre d'une préparation orale, il faut toujours s'intéresser au profil de l'auditoire. En effet, il faut adapter le contenu (par exemple, le vocabulaire utilisé) et les modes d'animation au type d'auditoire (étudiants ou professionnels, par exemple).