



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

COMMUNICATIONS ET PRÉSENTATIONS

Master : Intelligence artificielle et sciences des données

Crédits : 01

Coefficients : 01

Mode d'enseignement : A Distance



Prof Derdour Makhoulf
derdour.makhoulf@univ-oeb.dz

SYLLABUS

Objectif : Développer les compétences de communication orale, écrite et visuelle des étudiants, ainsi que leur capacité à présenter efficacement des résultats techniques et des projets

Contenu de la matière

Chapitre 1 : Principes de Communication

- Techniques de communication efficace.
- Styles de communication adaptés à différents publics.

Chapitre 2 : Présentations écrites

- Types de documents scientifiques (Rapports, mémoires.....)
- Bonnes pratiques de rédaction technique pour la clarté et la concision.

Chapitre 3 : Présentations Orales

- Préparation et planification de présentations orales.
- Techniques de prise de parole en public.
- Gestion du temps et de l'attention du public.

Chapitre 4 : Présentations Visuelles

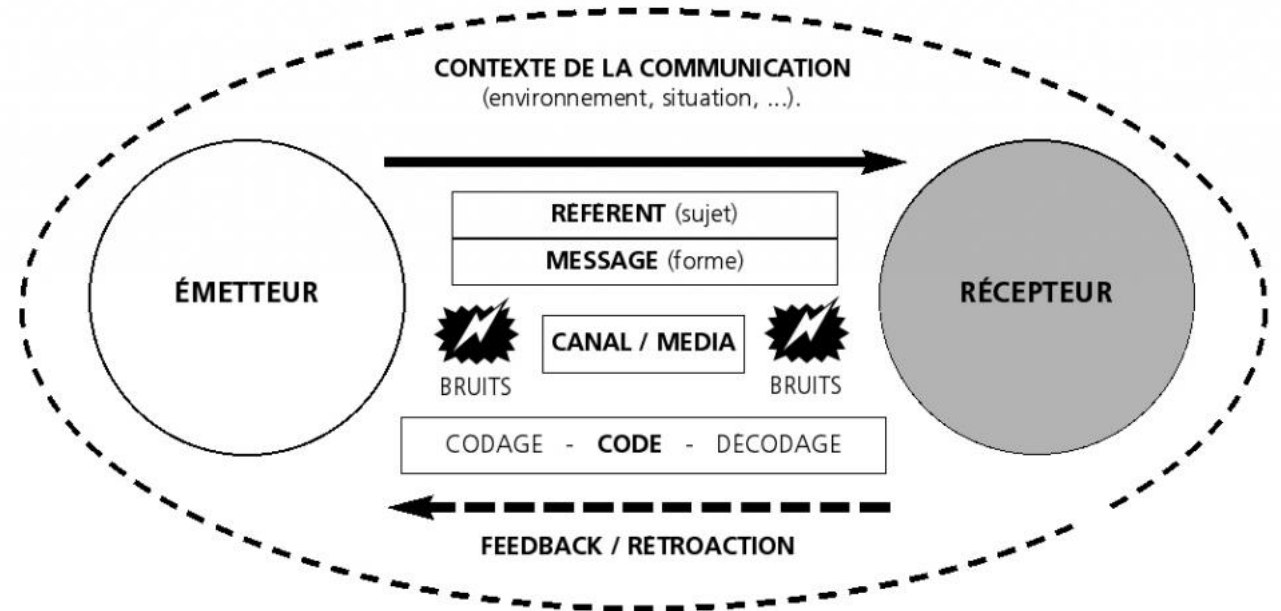
- Utilisation d'outils de présentation tels que PowerPoint, Keynote, etc.
- Conception de diapositives efficaces et attrayantes.
- Intégration de données visuelles (graphiques, tableaux) pour renforcer les points clés.

Mode d'évaluation : Examen 100%

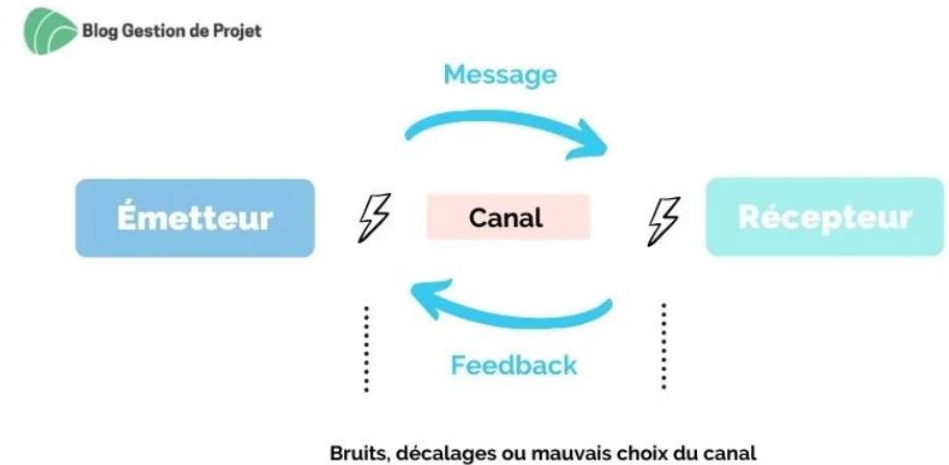


CHAPITRE 1 : PRINCIPES DE COMMUNICATION

- Qu'est-ce qu'une technique de communication ?
- Pourquoi les techniques de communication sont-elles importantes ?
- Les 4 techniques de communication populaires
- Les 4 erreurs fréquentes lorsqu'on communique



- L'acteur en communication est l'émetteur qui émet le message, et le récepteur à qui est adressé le message.
- Dans cet échange, l'objet est le message et est véhiculé par un canal de communication.
- Entre ces deux acteurs, certains éléments tels que les bruits, le mauvais choix du canal ou un décalage entre les niveaux de compréhension peuvent altérer le message. Il sera donc mal compris et mal interprété.
- Afin de limiter, voire éliminer ces éléments perturbateurs, des solutions ont été développées au fil du temps. Ce sont les techniques de communication.



POURQUOI LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION SONT-ELLES IMPORTANTES ?

- Dans votre entreprise, chaque département communique d'une certaine manière. Les membres d'une même équipe communiquent, les différentes équipes communiquent, les différents départements communiquent et votre entreprise communique à l'externe avec vos partenaires et vos clients. La communication implique tout le monde à tous les niveaux.
- Des informations plus ou moins importantes doivent circuler et être transmises en temps et en qualité. Dans ce contexte où l'information est essentielle, une communication erronée et des canaux de communication inappropriés peuvent avoir de grandes conséquences sur votre travail et coûter cher à votre entreprise.
- C'est donc dans l'intérêt de chaque acteur et celui de l'entreprise en général, d'appliquer les bonnes techniques de communication avec les bons outils de communication.

En gestion de projet, la communication, bien conduite et maintenue, offre de nombreux avantages :

- Prévention et apaisement des tensions
- Développement d'une intelligence collective
- Gain de temps
- Motivation des équipes
- Développement des échanges créatifs
- Amélioration de la qualité de vie au travail
- Fidélisation des collaborateurs
- Baisse du turnover
- Amélioration du chiffre d'affaires
- Et bien davantage

Une bonne communication permet une fluidité et une efficacité dans le déroulement des projets, tout en prévenant certains problèmes « humains » qui peuvent en découler. Cette dernière permet de compléter nos messages verbaux par des outils visuels nous aidant à captiver notre audience.



LES 4 TECHNIQUES DE COMMUNICATION POPULAIRES

○L'écoute active

Si la nature nous a dotés de deux oreilles et d'une bouche, c'est pour une bonne raison. Pour une communication orale de qualité, nous devons écouter deux fois plus que l'on parle. C'est l'une des bases de cette technique de communication interpersonnelle.

L'écoute active permet de mettre l'interlocuteur en confiance afin qu'il s'exprime plus ouvertement (vous écoutez attentivement, sans jugement et avec empathie).

○Le questionnement

Le questionnement est une technique de communication très présente dans nos échanges. Il consiste à poser quelques questions pour mieux comprendre son interlocuteur afin d'adapter son langage.

Il existe dix types de questions dans cette technique de communication :

Les questions ouvertes

Les questions alternatives

Les questions provocantes

Les questions interrogatives

Les questions fermées

Les questions de contrôle

Les questions motivantes

Les questions orientées

Les questions de diversion

Les questions suggestives



C'est une liste de différentes **catégories de questions** utilisées dans divers contextes, notamment dans les techniques d'entretien, de communication, de vente, de formation, et de recherche (sondages, enquêtes).

Catégories principales

Type de question	Définition et objectif
Les questions ouvertes	Inviter une réponse longue et détaillée. Elles commencent souvent par "Comment", "Pourquoi", "Qu'est-ce que...". Objectif : Obtenir des informations riches, des opinions, des sentiments.
Les questions fermées	Limiter la réponse à un choix très restreint (souvent "Oui" ou "Non", une date, un chiffre). Objectif : Obtenir une confirmation rapide et factuelle.
Les questions alternatives	Offrir un choix limité (souvent deux ou trois options). Elles sont moins fermées qu'un "oui/non". Objectif : Orienter la décision ou accélérer la réponse. (Ex: "Préférez-vous la solution A ou la solution B?")



Catégories psychologiques et de persuasion

Type de question	Définition et objectif
Les questions orientées	Mener l'interlocuteur vers une réponse spécifique ou présupposer une information (biais). Objectif : Influencer la réponse. (Ex: "Comme ce produit est le meilleur, n'est-ce pas ?")
Les questions provocantes	Destinées à déstabiliser l'interlocuteur, à le tester ou à générer une réaction émotionnelle forte. Objectif : Tester la résistance ou l'argumentation.
Les questions motivantes	Viser à encourager, à mettre en valeur les réussites passées ou à projeter l'interlocuteur positivement dans l'avenir. Objectif : Stimuler l'engagement.
Les questions suggestives	Inclure dans la formulation un élément de réponse ou une suggestion, encourageant l'interlocuteur à y adhérer. (Souvent similaire à "orientée"). Objectif : Guider subtilement la réponse.



Catégories de contrôle et de vérification

Type de question

Définition et objectif

Les questions de contrôle

Vérifier la compréhension, la cohérence des informations données ou l'engagement de l'interlocuteur. Objectif : Valider les faits.

Les questions de diversion

Changer de sujet brusquement ou détourner l'attention d'un point délicat. Objectif : Éviter un conflit ou une impasse.

Catégorie générale

Type de question

Définition

Les questions interrogatives

Terme très général désignant toute phrase construite pour demander une information (toutes les catégories ci-dessus sont interrogatives).



○ **La reformulation**

Avec cette technique de communication, on veut s'assurer que le message de son interlocuteur est bien compris. Pour utiliser la reformulation, on peut :

- Reprendre les derniers mots de son interlocuteur
- Faire un résumé du message en commençant par des formulations telles que : “si j’ai bien compris...”, “vous voulez donc dire que”
- Recréer la phrase de l’interlocuteur avec d’autres mots, synonymes de ceux qu’il a utilisés

▪ **La CNV (Communication Non Violente)**

Cette technique de communication met l’empathie au centre de nos échanges. Elle est très efficace pour résoudre les conflits en communication interpersonnelle ou au sein d’un groupe d’individus. Elle a été développée par Marshall Rosenberg. Les principes fondamentaux de la Communication Non Violente sont :

- L’observation de la situation sans juger les autres
- L’expression de son propre ressenti
- L’expression de ses besoins
- La formulation de ses attentes vis-à-vis de l’autre



LES 4 ERREURS FRÉQUENTES LORSQU'ON COMMUNIQUE

- **Communiquer sous l'influence d'émotions négatives**

Lorsque vous ressentez des émotions telles que la colère ou la peur, le mieux est de laisser passer la tempête.

Ces émotions perturbent le jugement et conduisent à une mauvaise communication.

Prenez donc le temps de retrouver votre calme avant de chercher à comprendre et vous faire comprendre.

- **Être condescendant avec son interlocuteur**

Surtout si vous communiquez avec un interlocuteur qui est votre égale, avoir un ton condescendant risque de fausser votre message.

Privilégiez une technique de communication telle que l'écoute active.



- **Être dans une posture d'attaque**

En abordant une communication avec agressivité, vous obtiendrez généralement deux résultats : soit votre interlocuteur répondra en retour avec agressivité, soit il se renfermera.

Dans ces deux cas, ce sont des situations à éviter. Veillez à instaurer un climat de confiance dans vos échanges.

Pour vous aider à mieux gérer cet aspect, la technique de Communication Non Violente est un moyen efficace.

- **Mal s'alimenter**

Ce n'est pas la première chose à laquelle on pourrait penser lorsqu'on parle de technique de communication.

Mais l'alimentation est sans aucun doute un facteur qui influence notre manière de communiquer.

Les études ont prouvé que les aliments influencent notre état émotionnel et notre état émotionnel est inhérent à notre manière de communiquer.

Assurez-vous donc d'être bien alimenté avant d'entamer une communication importante (réunion, entretien, compte rendus, négociation, et bien davantage.)



COMMUNICATION DIRECTE VS COMMUNICATION INDIRECTE

Qu'est-ce que la communication directe ?

- C'est la forme de communication la plus utilisée sur les chantiers. Les échanges se font par voie orale, et tous les langages sont utilisés : langage oral, intonations, gestes, expressions du visage, etc.
- La communication directe se passe d'intermédiaire ; elle se fait de personne à personne. Les avantages de cette forme de communication sont son instantanéité, son efficacité et elle permet la gestion de situations présentes et urgentes.
- Le principal inconvénient est sa volatilité, elle ne laisse pas de trace dans le temps. Il faut donc la compléter avec un écrit si c'est nécessaire.

Qu'est-ce que la communication indirecte ?

- Cette forme de communication nécessite l'utilisation d'un canal différé (courrier, compte-rendu, mail, etc.). La communication indirecte laisse des traces dans le temps.
- Au vu de sa lenteur d'exécution, elle n'est pas adaptée pour gérer le quotidien sur un chantier. En revanche, elle est indispensable pour garder en mémoire un événement important qui peut survenir.



COMMUNICATION DIRECTE VS COMMUNICATION INDIRECTE

Qu'est-ce que la communication verbale ?

- Il s'agit ici de se parler. C'est donc la forme de communication la plus naturelle, mais pas forcément la plus simple.
- Il faut distinguer deux actions : se parler et communiquer oralement.

Se parler n'assure pas forcément que le message est passé.

Communiquer oralement signifie qu'un message doit passer sans être déformé. Pour réussir à faire cette distinction, il est obligatoire de maîtriser les règles de la communication verbale. Et pour cela, il faut d'abord maîtriser :

- La langue française / Arabe / Anglaise
- La grammaire
- Le vocabulaire technique

Qu'est-ce que la communication non verbale ?

- Cette forme de communication consiste à faire passer un message sans parler. C'est la posture corporelle, l'expression du visage et le regard qui parlent pour nous.
- La gestuelle révèle l'état d'esprit de l'interlocuteur (insécurité, écoute, repli sur soi), il faut donc y prêter attention. Lorsque le corps parle pour montrer que les oreilles n'écoulent pas, il ne sert à rien d'essayer de communiquer. Dans ce cas de figure, il faudra faire de la métacommunication, ce qui signifie communiquer pour comprendre les émotions bloquant la réception du message.



STYLES DE COMMUNICATION ADAPTÉS À DIFFÉRENTS PUBLICS

Adapter son discours à différents publics

Connaître son public

- Adaptez sa communication à son auditoire et au contexte de présentation.
- Imaginez 3 à 5 personnes que vous connaissez et qui pourraient être présentes dans l'auditoire (directeur ou directrice de thèse, collègue, amie, proche parent), cela donne généralement un ton beaucoup plus naturel et une façon de décrire son sujet de recherche davantage claire et accessible.

Les différents types de publics

- Pour préparer adéquatement votre présentation, posez-vous des questions sur le type de public à qui vous présenterez. Aurez-vous un auditoire provenant d'un **autre domaine**, qui possède des **expériences et des connaissances connexes** ou constitué d'**experts**? En fonction de votre auditoire, préparer vous et choisir votre style de communication



> I - Identifier et comprendre son stress

> II - Évacuer les tensions physiques et mentales

> III - Faire des pauses et se ressourcer

> IV - Développer la confiance en soi

> V - Gérer efficacement son temps

> VI - Améliorer ses relations interpersonnelles

> VII - Établir une stratégie antistress durable

> VIII - Surmonter les situations difficiles



Penser comme son public : le message

On parle d'une communication efficace quand le message clé du présentateur ou de la présentatrice a été clairement transmis à son auditoire. Il faut toutefois être en mesure de bien comprendre la distinction entre « l'information » et le « message » à passer.

- Information = Qu'est-ce que vous avez fait? Qu'est-il arrivé?
- **Message = Qu'est-ce que ça change? Pourquoi c'est pertinent pour l'auditoire?**

Pour **définir son message**, il faut réfléchir aux points suivants :

- Quel est votre objectif?
- Qu'est-ce que l'auditoire devrait garder en tête de votre présentation?
- L'auditoire devrait comprendre :
 - Ce que vous faites;
 - Pourquoi c'est important;
 - Ce que vous souhaitez réaliser, votre contribution originale.

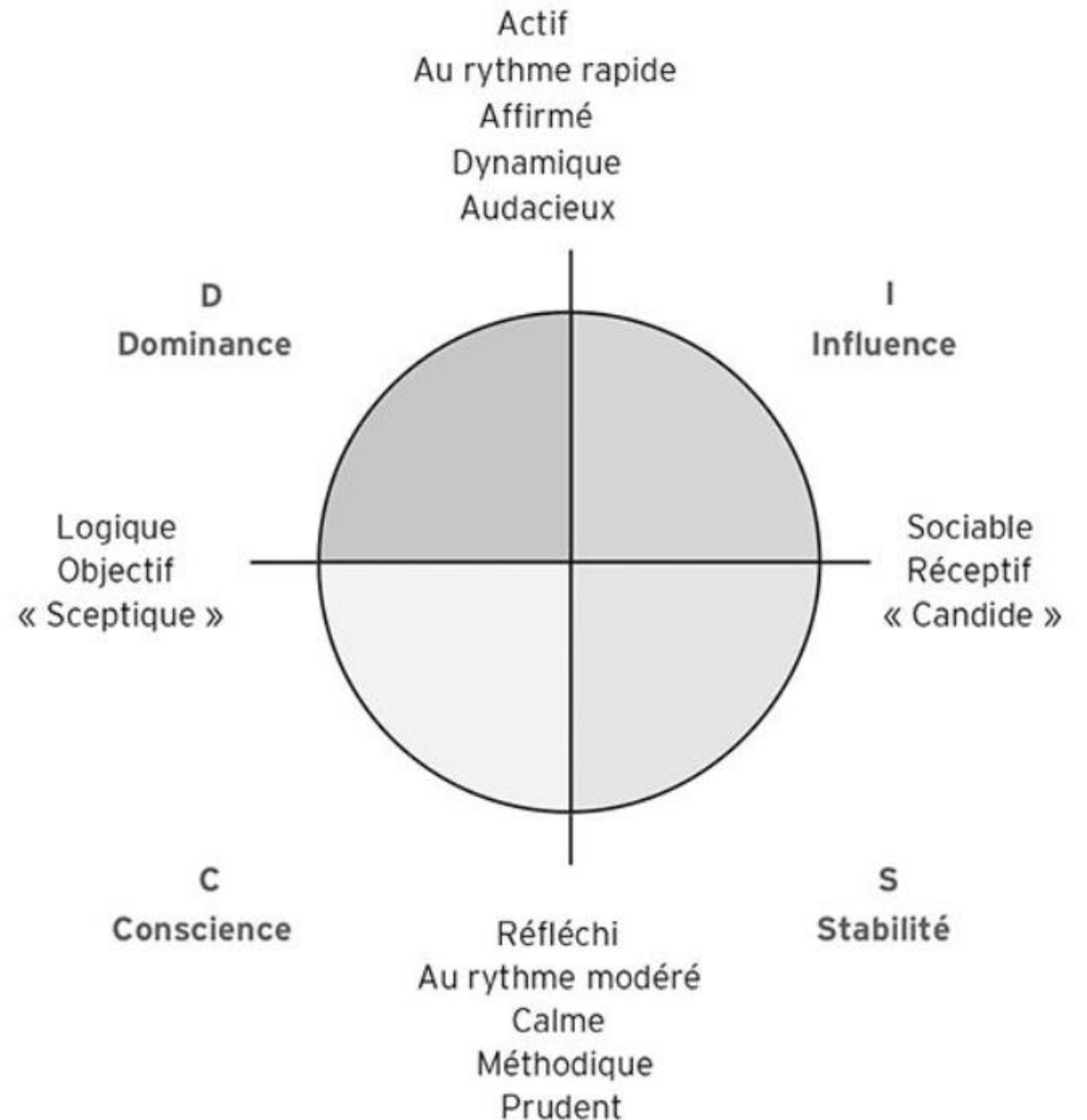
Pour aider votre auditoire à bien assimiler votre message, efforcez-vous le plus possible de structurer votre présentation comme l'on raconterait une histoire, c'est-à-dire avec un fil conducteur clair et logique. Vous souhaitez que votre auditoire vous suive du début à la fin, alors assurez-vous également de séparer vos nombreux concepts en portions « gérables » pour le public.

Vous êtes le guide de cette histoire et c'est à vous de diriger l'attention du public vers les points importants à retenir.



L'OUTIL DISC

La communication est source fréquente de tensions avec les autres. Issu des travaux du Dr Marston, inspiré par Jung, le DiSC décrit un langage universel des comportements observables. La matrice DiSC détermine quatre styles distincts. **L'acronyme DiSC signifie Dominance, Influence, Stabilité, Conscience.** Nous sommes un mélange de ces quatre composantes mais, comme pour les langues, certaines nous sont familières et d'autres totalement étrangères, rendant les échanges difficiles. Connaître son style préféré et celui de son interlocuteur permet d'adapter sa communication et d'éviter les conflits.



Pourquoi l'utiliser ?

Objectifs

- Identifier son style de communicant.
- Connaître ses qualités relationnelles et les limites possibles.
- Mieux comprendre les besoins des autres.
- Adapter son comportement au profil de son interlocuteur.
- Améliorer sa communication et sa capacité à convaincre.
- Prévenir les conflits.

Contexte

Nous avons chacun notre manière de nous exprimer. Mais le stress ou une mauvaise interprétation de nos attitudes peut créer des malentendus. Le DiSC est une grille de lecture simple des comportements. Il permet de mieux comprendre ce qui motive nos interlocuteurs. C'est aussi un indicateur précieux de la façon dont nous sommes perçus.

Comment l'utiliser ? Étapes

- Placez-vous sur la matrice et trouvez votre style préférentiel.
- Notez vos forces et les comportements que vous êtes susceptible d'adopter sous stress pour mieux comprendre l'impact de votre communication sur vos interlocuteurs.
- Identifiez le style DiSC le plus éloigné de vous. C'est en général le mode de communication qui convient le moins, les personnes avec qui vous vous sentez le moins à l'aise dans la relation.
- Entraînez-vous à identifier le style de votre interlocuteur : s'exprime-t-il de manière affirmée, rapide ? Ou au contraire est-il posé et calme (axe vertical). Les questions qu'il vous pose font-elles appel directement au contenu de votre cerveau, à vos compétences, vos idées, ou s'intéresse-t-il d'abord à vous en tant que personne, fonctionnant sur un mode plus émotionnel, cherchant à tisser un lien (axe horizontal).
- Adaptez-vous au style de votre interlocuteur. Essayez de " parler sa langue " : si son rythme est pondéré et qu'il vous semble en retrait de la relation, répondez de manière factuelle, sur un rythme lent. S'il se montre jovial, souriez ! Quel que soit son mode, il percevra vite que vous faites des efforts et s'adaptera à son tour, fluidifiant la communication pour une meilleure compréhension mutuelle.



Méthodologie et conseils

- Les quatre dimensions du DiSC :
- Dominance : fonceur, énergique, rapide, direct, indépendant, exigeant
- Influence : expansif, enthousiaste, communicatif, démonstratif, sociable, tonique
- Stabilité : attentionné, calme, coopérant, patient, modeste, fiable
- Conscience (ou Conformité) : précis, réservé, formel, analytique, prudent, réfléchi
- Ces modes de communication sont des dominantes, nous communiquons tous sur différents registres suivant le contexte, le sujet ou les personnes. Retenez que nous avons tous une " langue maternelle ", celle que nous comprenons le mieux, en particulier quand nous sommes sous stress ou fatigués.



COMMENT ÊTRE PLUS EFFICACE ? VOS ATOUTS DISC, ET COMMENT NE PAS EN ABUSER

Cette typologie propose, sans a priori, une exploration des comportements à travers quatre dimensions primaires : o, i, s et c.

Si vous avez une dimension D élevée, vos principaux atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être facilement

- de prendre des décisions,
- de vous confronter à des questions et des situations difficiles,
- d'accepter le changement comme un défi,
- de maintenir l'équipe concentrée sur une tâche.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- donnez l'impression d'être inabordable,
- pouvez être insensible aux autres,
- démontrez de l'impatience avec les autres,
- tentez parfois de mobiliser l'équipe avant qu'elle ne soit prête.

Vous pouvez être plus efficace en

- étant plus patient,
- atténuant votre franc-parler et en posant plus de questions, en étant plus patient,
- travaillant votre langage corporel pour paraître plus abordable et en offrant des paroles encourageantes.

Si vous avez une dimension i élevée, vos atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être

- d'être disponible pour les autres,
- d'inspirer les autres,
- de répandre votre enthousiasme et votre attitude positive chez les autres,
- de donner du *feedback* positif à vos collègues.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être désorganisé,
- pouvez avoir une approche superficielle,
- manquez de suivi dans votre travail.

Vous pouvez être plus efficace en

- écoutant plus attentivement,
- étant plus organisé,
- fournissant plus de détails.



Si vous avez une dimension S élevée, vos atouts peuvent être

- d'avoir un bon esprit d'équipe,
- d'être sensible aux besoins des autres,
- de savoir écouter,
- d'être agréable.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être indécis,
- pouvez être indirect,
- pouvez être réfractaire au changement.

Vous pouvez être plus efficace en

- devenant plus assuré et direct,
- faisant mieux face au changement,
- ne portant pas le fardeau des problèmes des autres.

Si vous avez une dimension C élevée, vos atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être

- d'être consciencieux et précis,
- de suivre les normes,
- de mettre l'accent sur la précision.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être trop perfectionniste,
- pouvez vous montrer distant,
- avez tendance à entraver la créativité des autres en vous en tenant aux règles.

Vous pouvez être plus efficace en

- acceptant les différences,
- étant plus ouvert,
- mettant l'accent sur la communication.



CAS Les réactions de chaque style en situation de conflit

