

# TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION .....	7
CULTURE DE LA COMMUNICATION .....	9
<b>Thème 1. Les enjeux de la communication .....</b>	<b>10</b>
1. Comprendre les mécanismes de la communication .....	11
2. Les situations de communication .....	12
<b>Thème II. Les théories de la communication .....</b>	<b>17</b>
1. Le modèle de Lasswell (1930-1940) .....	18
2. Le modèle de C. Shannon & R. Weaver (1949) .....	19
3. Le schéma de N. Wiener (1948) .....	20
4. Le modèle de Jakobson (1978) .....	21
5. Roland Barthes (1970) .....	22
6. Les signes comportementaux .....	23
7. L'école de Palo Alto .....	24
8. Les nouveaux modèles (xxi <sup>e</sup> siècle) .....	25
<b>Thème III. Le rédactionnel et la relation texte-image : les différents supports .....</b>	<b>28</b>
1. Le rédactionnel et le scénario .....	29
2. L'image .....	34
<b>Thème IV. Les cibles .....</b>	<b>38</b>
1. Le ciblage .....	39
2. Les normes sociales .....	44
Grandes dates de l'histoire de la communication .....	47
Petit lexique .....	50
ÉCONOMIE .....	53
<b>Thème I. La coordination des décisions économiques par l'échange .....</b>	<b>54</b>
1. L'échange sur les marchés .....	55
2. La dimension internationale de l'échange .....	65
<b>Thème II. La création de richesse et la croissance économique .....</b>	<b>70</b>
1. Les finalités de la croissance .....	71
2. La dynamique de la croissance .....	78

<b>Thème III. La répartition des richesses</b> .....	<b>83</b>
1. Les inégalités de revenus et de patrimoine des ménages .....	84
2. La politique de redistribution.....	88
3. La répartition des richesses au niveau mondial .....	93
<b>Thème IV. Le financement des activités économiques</b> .....	<b>95</b>
<b>Thème V. La politique économique dans un cadre européen</b> .....	<b>102</b>
<b>Thème VI. La gouvernance de l'économie mondiale</b> .....	<b>109</b>
1. La régulation du marché mondial des biens et services .....	110
2. La coopération internationale, une offre de biens publics mondiaux.....	113
<b>DROIT</b> .....	<b>127</b>
<b>Thème I. L'individu au travail</b> .....	<b>128</b>
1. Les régimes juridiques de l'activité professionnelle.....	129
2. L'adaptation aux évolutions de l'activité professionnelle .....	133
3. L'adaptation de la relation de travail par le droit négocié .....	138
<b>Thème II. Les structures et les organisations</b> .....	<b>141</b>
1. Le choix d'une structure juridique.....	142
2. La pérennité de l'entreprise .....	146
<b>Thème III. Le contrat, support de l'activité de l'entreprise</b> .....	<b>149</b>
1. Les relations contractuelles entre partenaires privés .....	150
2. Les relations contractuelles avec la personne publique .....	153
<b>Thème IV. L'immatériel dans les relations économiques</b> .....	<b>155</b>
1. Le contrat électronique .....	156
2. Les productions immatérielles .....	159
3. L'immatériel et la protection de la personne.....	161
<b>Thème IV. L'entreprise face au risque</b> .....	<b>164</b>
1. Identifier le risque pour le protéger.....	165
2. Anticiper le risque pour éviter sa réalisation .....	167
3. Assumer le risque.....	169
Conseils pour l'épreuve .....	177
<b>MANAGEMENT DES ENTREPRISES</b> .....	<b>179</b>
<b>Thème I. Diriger une entreprise</b> .....	<b>180</b>
1. Entreprendre et diriger .....	181
2. La performance et la décision .....	182
3. La direction et les pouvoirs .....	183
<b>Thème II. Élaborer une stratégie</b> .....	<b>184</b>
1. La démarche stratégique.....	185
2. Le diagnostic de l'environnement et des ressources de l'entreprise.....	186
3. La stratégie et la croissance.....	187
<b>Thème III. Adapter une structure</b> .....	<b>188</b>
1. L'adaptation structurelle de l'entreprise.....	189
2. Les nouvelles formes et les changements structurels .....	191

<b>Thème IV. Mobiliser les ressources</b> .....	<b>194</b>
1. La gestion des ressources humaines .....	195
2. L'implication du personnel .....	197
3. La production et l'innovation .....	199
4. Le financement de l'entreprise .....	201
Conseils pour l'épreuve .....	231
<b>RELATIONS COMMERCIALES</b> .....	<b>233</b>
<b>Thème I. Les fondamentaux du marketing</b> .....	<b>234</b>
1. Les besoins du client .....	235
2. Le marché .....	236
3. La segmentation.....	237
4. La concurrence.....	238
5. Le plan de marchéage.....	239
<b>Thème II. La vente de solutions de communication</b> .....	<b>245</b>
1. La recherche de clients.....	246
2. La relation client.....	262
<b>Thème III. L'achat de prestations</b> .....	<b>276</b>
1. La recherche de prestataires.....	277
2. L'achat auprès de fournisseurs et prestataires .....	284
<b>ACTIVITÉS DE LA COMMUNICATION</b> .....	<b>291</b>
1. Étude de cas « Emplois d'avenir » (Annales – Session 2014).....	292
<b>VEILLE OPÉRATIONNELLE</b> .....	<b>317</b>
<b>Thème I. Les études</b> .....	<b>318</b>
<b>Thème II. L'enquête par questionnaire</b> .....	<b>321</b>
1. Les méthodes d'échantillonnage.....	322
2. La taille de l'échantillon .....	322
3. Le mode d'administration du questionnaire .....	323
4. La rédaction du questionnaire.....	323
5. Le dépouillement .....	324
6. Le prix psychologique ou prix d'acceptabilité.....	325
<b>Thème III. Choix des supports des médias et mesure de l'efficacité publicitaire</b> .....	<b>326</b>
1. Choix des supports des médias.....	327
2. Mesure de l'efficacité publicitaire .....	328
<b>Thème IV. Statistiques</b> .....	<b>330</b>
1. Le mode représente la valeur ou la classe du plus grand effectif .....	331
2. La médiane (Me) est la valeur qui divise une série statistique en deux groupes de même effectif.....	331
3. La moyenne est une valeur centrale .....	332
4. L'écart type ( $\sigma$ ) permet de mesurer la dispersion autour de la moyenne .....	333
5. L'ajustement linéaire a pour objectif de calculer le chiffre d'affaires (CA) prévisionnel.....	333
6. Les coefficients saisonniers sont utilisés lorsque les ventes de l'entreprise ne sont pas régulières tout au long de l'année. ....	335

<b>PROJET DE LA COMMUNICATION .....</b>	<b>359</b>
<b>Thème I. La préparation du projet de communication .....</b>	<b>360</b>
1. Les différents types de communication .....	361
2. Le projet de communication .....	366
3. Le cahier des charges.....	369
4. Les contraintes (planning/budget).....	374
<b>Thème II. La mise en œuvre opérationnelle du projet de communication .....</b>	<b>375</b>
1. Les acteurs en communication .....	376
2. Les différents prestataires et critères de sélection .....	378
<b>Thème III. La stratégie de communication.....</b>	<b>382</b>
1. L'analyse de l'existant et la problématique de communication .....	383
2. Le positionnement.....	385
3. Les objectifs de communication.....	386
4. Les cibles de communication.....	387
5. Les moyens de communication .....	388
<b>Thème IV. La gestion de relations techniques avec les prestataires.....</b>	<b>390</b>
1. Les différents documents.....	391
2. Les différents formats .....	393
3. Les qualités de papiers.....	394
4. La finition et le façonnage.....	397
 <b>LE PASSEPORT PROFESSIONNEL ET L'ÉPREUVE ORALE .....</b>	 <b>399</b>
1. Le passeport professionnel .....	400
2. L'épreuve orale .....	404
 <b>DROIT DE LA COMMUNICATION .....</b>	 <b>425</b>
 <b>BTS BLANC. ANNALES CORRIGÉES 2016 .....</b>	 <b>433</b>