



SOMMAIRE

INTRODUCTION	9
1 MÉTHODES ET MOYENS DE COMMUNICATION	15
CHAPITRE 1 LES PRINCIPES DE BASE DE LA COMMUNICATION	17
DÉFINITION DE LA COMMUNICATION	17
LES PRINCIPAUX MODÈLES DE LA COMMUNICATION	21
LES PRINCIPAUX TYPES DE COMMUNICATION	31
CHAPITRE 2 LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION	47
SE CONNAÎTRE SOI-MÊME	47
L'ÉCOUTE ACTIVE	49
LE VENDEUR	51
LE CONSOMMATEUR	54
UN CONSOMMATEUR À PART ENTIÈRE : LE SÉNIOR	56
CHAPITRE 3 LES RELATIONS ENTRE LES ACTEURS	71
LES DIFFÉRENTS TYPES D'ENTRETIEN	71
LES ATTITUDES ET TECHNIQUES	72
L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE	76
CHAPITRE 4 LES TECHNIQUES D'ORGANISATION ET D'ANIMATION DE RÉUNION	91
LES DIFFÉRENTS TYPES DE RÉUNIONS	91
LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION	94
LE DÉROULEMENT DE LA RÉUNION	98
LE COMPTE-RENDU DE LA RÉUNION	102
CHAPITRE 5 LA COMMUNICATION ÉCRITE	107
CARACTÉRISTIQUES	107
LES ÉCRITS PROFESSIONNELS	108
2 PROMOTION ET COMMUNICATION COMMERCIALE	131
CHAPITRE 1 LES COMPOSANTS DU MESSAGE VISUEL	133
RHÉTORIQUE DE L'IMAGE	133
L'AFFICHE PUBLICITAIRE	141

CHAPITRE 2 LA COMMUNICATION COMMERCIALE	145
POURQUOI COMMUNIQUER ?	145
LA COMMUNICATION COMMERCIALE DE MASSE	146
LA CAMPAGNE DE PUBLICITÉ	147
LA COMMUNICATION RELATIONNELLE	148
CHAPITRE 3 LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ	153
PRÉSENTATION	153
LA TENDANCE	155
INSPIRATIONS	162
3 CORRIGÉS	173
4 BIBLIOGRAPHIE	197