

Communiquer en entreprise

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Communiquer en entreprise : retrouver du sens grâce à la sociologie, la psychologie, l'histoire...
/ Jean-Marie Charpentier, Jacques Viers ; préface de Thierry Libaert

Auteur(s) : Charpentier, Jean-Marie (1953-....)

Autre(s) auteur(s) : Viers, Jacques

Autre(s) responsabilité(s) : Libaert, Thierry (1959-....) (Préfacier)

Publication : Paris : Vuibert, DL 2019

Description matérielle : 1 volume (206 pages) ; 21 cm

ISBN : 978-2-311-62318-5

EAN : 9782311623185

Classification décimale Dewey : 658.45

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographies en fin de chapitres. Notes bibliographiques

Résumé ou extrait : La 4e de couv. porte : "Pourquoi la stratégie d'entreprise n'est-elle pas comprise ? Pourquoi les messages ne passent-ils pas ? Comment retrouver du sens et fédérer les équipes ? De plus en plus d'acteurs sont amenés à communiquer au sein de l'entreprise : communicants, managers, RH, syndicats, mais, aussi et surtout, les salariés. L'avènement du digital contribue à changer la donne en profondeur. Dans ce contexte, les acteurs de l'entreprise ne peuvent se cantonner à leurs outils et supports habituels. Cet ouvrage propose de revisiter les enjeux majeurs de la communication à travers le prisme des sciences sociales : sociologie, psychologie, sciences de la communication, histoire, sciences de gestion, ergonomie, etc. Vous y trouverez des grilles de compréhension et des clés d'intervention pour mieux appréhender les problématiques en entreprise et y apporter des réponses adaptées. Comprendre, échanger et relier pour mieux communiquer et transformer, tels sont les défis que les sciences sociales vous aideront à relever"

Sujet - Nom commun : Communication dans les organisations
Psychologie du travail

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Guides pratiques