

Transformation, culture et communication

DATE :
31 janvier 2020

TARIFS :
pages 32/33

On observe en entreprise un enchaînement de transformations, un mouvement permanent. La question de la cohérence des messages de l'organisation est posée. Le communicant, comme le manager ou le DRH, le savent bien quand il s'agit de mobiliser sur un projet, situer la stratégie ou soutenir la cohésion. D'où l'importance d'appréhender ce qui se joue dans l'entreprise en fonction notamment de sa culture. La sociologie nous aide à décoder les dynamiques sociales, à comprendre les comportements, les attitudes collectives et, au total, à mettre en perspectives les actions de communication.



Grand témoin : Ingrid Maillard, Directrice de la communication, DPDgroup.

Comprendre les transformations de l'entreprise

9h

Dans les transformations, la place des identités collectives et de la culture de l'entreprise

Chaque entreprise est un « monde social » avec son histoire, son fonctionnement, sa vision de l'avenir. Compétence essentielle pour les communicants : décoder la culture de leur entreprise.



Florence Osty,

professeure affiliée à Sciences Po Paris, sociologue intervenante - SAFIR (Sociologues Associés pour la Formation, l'Intervention et la Recherche), co-auteur de *Enquêter dans les entreprises-Comprendre pour agir*, PUR.

12h30

Déjeuner

Situer la communication au cœur des transformations

14h

Evolution des organisations et communication

De l'organisation qui structure ses communications à la communication qui contribue à façonner l'organisation. Retour sur les étapes du développement de la communication en entreprise.



Vincent Brulois,

maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 co-auteur de *Refonder la communication en entreprise. De l'image au social*, FYP.

17h30-18h

Conclusion et fin de la journée