

Chapitre 1 : Définitions et notions de base

1.1. Définitions

Les techniques de l'information et de la communication (TIC) regroupent l'ensemble des outils mis en place pour **acquérir, traiter** (matériels et logiciels de traitement), **produire, faire circuler, transmettre, modifier et échanger** (réseaux et moyens de transmission et d'échange), et permettre une meilleure **diffusion** de l'information, **de conserver** (les supports de stockage), **présenter** de l'information sous forme **vocale, images** ou des données contenues dans des **signaux** de nature optiques, électromagnétiques ou acoustiques.

La naissance des TIC est due à la convergence **de l'informatique**, des **télécommunications**, de **l'électronique** et de **l'audiovisuel**.

Les TIC regroupent l'ensemble des outils (matériels et logiciels) mis en place pour permettent aux utilisateurs de:

- Communiquer et transmettre (réseaux, ...)
- Accéder aux sources d'informations (les navigateurs,...)
- Stocker (moyens de stockage, bases de données, fichiers...)
- Manipuler (PC, tablettes, scanner, unités de traitement)
- Produire (imprimante, logiciels de production,...)
- Sous forme:
 - Texte
 - Image et interface graphique
 - Son
 - Vidéo
 - Combinée
- En utilisant les techniques de:
 - L'informatique et Internet
 - L'audiovisuel
 - Multimédia
 - Télécommunications.

1. 2. Objectifs des TIC

Les TIC poursuivent différents objectifs

- La **connectivité**: permettre à plusieurs types d'ordinateurs utilisant des logiciels différents de communiquer entre eux.
- Une **implantation simple**: solution générale qui peut être installée facilement selon différentes configurations.
- Une **utilisation facile**: disponibilité d'outils de communication libérant les utilisateurs de la connaissance de la structure du réseau.
- La **fiabilité**: détection et correction des erreurs.
- Une **mise à jour aisée**: permettre au système d'évoluer et d'être modifié selon les besoins des utilisateurs et des nouveaux équipements.

1. 3. Composants des TIC

Les TIC se composent de différents éléments interconnectés ou pas. On distingue entre autres

La partie matérielle

- PC, télévision, téléphone portable, tablette interactive, appareils photos numériques, robots...
- Station de travail et serveurs : On appelle station de travail toute machine capable d'envoyer des données vers les réseaux (PC, MAC, SUN Terminal X, ...)

La partie logicielle

- Les systèmes d'exploitation, les logiciels d'application et d'utilisation des différents composants matériels. Les middleware, les données

Les réseaux de communication

- Interconnexion de plusieurs machines
- Différentes classification des réseaux (portée, topologie, type de machines, type de liaison...)

Les carte magnétiques, optiques... et les puces [intelligentes]

- cartes et puces permettant de stocker, de traiter et de diffuser l'information.

1. 4. Caractéristiques des TIC

Les TIC se caractérisent principalement par

- **La rapidité** dans la réalisation des activités. Le temps perdu pour le déplacement des agents n'aurait plus de place au sein de l'entreprise,
- **La décentralisation du pouvoir**: elles permettent aux agents de recevoir les informations se référant à leurs domaines grâce aux forums de discussion pour arriver à la performance.
- **Un meilleur accès aux informations** de tout ordre pour l'ensemble de personnel de l'entreprise et faciliterait le partage de ces informations pour une plus grande performance de l'organisation.
- **La mondialisation** : parce que l'activité de l'entreprise n'est pas seulement locale ou régionale mais internationale grâce au tissu mondial de l'information qui participe dans l'activité de la mondialisation économique.
- **La répartition** : l'information circule entre un nombre très élevés de stations avec une qualité excellente.
- **L'intensité** : on peut transmettre et recevoir des informations dans n'importe quel temps et de n'importe quelle région.

1. 5. Techniques de communication

De nos jours, la communication est devenue, un élément indispensable, primordial pour tout organisme (entreprise, association...) afin de faire connaître le produit aux consommateurs et qu'il puisse s'imposer sur son marché, pour cela chaque organisme doit atteindre ses consommateurs en utilisant les différents médias (TV, radio, presse, affichage, cinéma) ou d'autre mode de communication (promotion des ventes, relations publiques, Marketing direct...).

1. 5. 1. Concept de communication

La **communication** est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un. Elle peut aussi se rapporter à l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène ou l'action pour quelqu'un ou une organisation d'informer et de promouvoir son activité auprès d'autrui, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique.

1. 5. 2. Objectifs de la communication

Les objectifs de la communication correspondent aux réactions que l'on attend du récepteur. Un objectif de communication doit se définir selon trois dimensions :

- **Au niveau « cognitif »** la communication a pour but la prise de conscience

l'attention, la notoriété et l'information au sujet d'une marque, d'un produit d'une idée, ou d'une entreprise, à ce stade, la communication est avant tout **informative**.

- **Au stade « affectif »** c'est de Modifier ou renforcer l'image de produit en agissant sur les attitudes ou les opinions, que ce soit pour un produit ou une marque.
- **Au stade « comportemental »** le but est de modifier les comportements en provoquant l'achat, l'essai.

1. 5. 3. Systèmes de communication

En général un système de communication contient les concepts suivants:

- **Les partenaires de communication :**
 - **L'émetteur** : il transforme le message en signaux.
 - **Le récepteur** : il reçoit les signaux et reconstruit le message.
 - **Les vecteurs :**
 - **Message** : l'émetteur émet un message qu'il va tenter de coder le plus parfaitement possible.
 - **Médias** : c'est le moyen utilisé, pour transmettre le message.
 - **Les fonctions :**
 - **Codage** : c'est la traduction du message en un ensemble structuré de signifiants.
 - **Décodage** : c'est l'interprétation du récepteur.
 - **Réponse** : l'avis du client.
 - **Feed back** : c'est la réaction du récepteur face au message reçu. Cette réaction peut être immédiate (communication personnalisée) ou retardée (communication de masse).
- ❑ **Bruit** : il peut venir perturber les signaux pendant la transmission.

1. 5. 4. Types de communication

La communication est devenue un outil indispensable pour tout organisme elle prend des formes différentes nous distinguons deux types de communications :

- **La communication institutionnelle (Corporate) :**
Consiste à communiquer sur l'image de marque de l'entreprise ou de l'institution elle se réalise par la publicité, le parrainage, le sponsoring.....
- **La communication commerciale ou de produit :** Il s'agit de mettre en avant les caractéristiques, les performances et les avantages du produit dans une communication crédible et cohérente.

- **5. 5. Schéma de communication**

- **La communication interpersonnelle** sera employée lorsque vous allez vous adresser à l'un de vos collaborateurs, Il s'agit d'une communication où **un émetteur va transmettre son (ou ses) message(s) à un destinataire**. Il peut éventuellement attendre, un « feed-back », un retour.
- **La communication de groupe** est le schéma utilisé **lorsque vous vous adressez à vos salariés**, un manager à son équipe ou bien lors des réunions. Un émetteur (à un moment donné) veut faire passer un message à plusieurs destinataires. Là encore, un retour peut être attendu, voire discuté afin de tirer le maximum des avis de chacun.
- **La communication de masse** est par exemple celle de la **publicité**. En général, on n'attend pas de feed-back, bien que l'efficacité de cette communication puisse se mesurer par exemple en termes de ventes ou autre

1. 6. Média et multimédia

Un média est un moyen impersonnel permettant une diffusion large et collective d'informations, quel que soit le support:

- les messages écrits (presse, édition, affichage publicitaire)
- la radiodiffusion (radio)
- la télédiffusion, câblée ou par satellite (télévision)
- la projection cinématographique (film, documentaire, publicité)
- le réseau Internet (sites d'information, de propagandes, spams)

Le multimédia regroupe donc l'ensemble des techniques et des produits qui permettent l'utilisation simultanée et interactive de plusieurs modes de représentation de l'information (textes, sons, images fixes ou animées)

1. 7. Applications des TIC

Les TIC sont utilisés dans divers domaines et pour diverses applications:

Domaines:

- Finances
- Administration
- Santé et médecine
- Education
- Science
- Télécommunication
- Ventes

Applications

- les espaces de communications : Internet, Intranet, Extranet
- les bases de données
- la communication Audioconférence, visioconférence
- l'échange de données informatisées (EDI): échange entre entreprises de données et informations selon des formats standard
- les workflows: séquence d'étapes pour la réalisation d'un travail
- le travail collaboratif: groupware, ...