



Annexe 14

Licence professionnelle « Bachelor Universitaire de Technologie »

INFORMATION-COMMUNICATION

Parcours :

- Communication des organisations
- Information numérique dans les organisations
- Journalisme
- Métiers du livre et du patrimoine
- Publicité

Programme national

Sommaire

I. La formation B.U.T. Information-Communication et ses parcours	15
1. Objectifs de la formation	16
1.1. Le parcours : Communication des organisations	16
1.2. Le parcours : Information numérique dans les organisations	17
1.3. Le parcours : Journalisme	17
1.4. Le parcours : Métiers du livre et du patrimoine	17
1.5. Le parcours : Publicité	18
II. Référentiel de compétences	19
1. Parcours : Communication des organisations	20
2. Parcours : Information numérique dans les organisations	29
3. Parcours : Journalisme	38
4. Parcours : Métiers du livre et du patrimoine	48
5. Parcours : Publicité	57
III. Référentiel de formation	66
1. Cadre général	67
1. L'alternance	67
2. Les situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	67
3. La démarche portfolio	67
4. Le projet personnel et professionnel	68
2. Parcours : Communication des organisations	69
1. Structure générale des six semestres du parcours Communication des organisations	69
2. Semestre 1	71
2.1. Tableau croisé	71
2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	73
2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	73
2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	74
2.2.3. SAÉ 1.COMOR.03 : Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations	75
2.2.4. SAÉ 1.COMOR.04 : Produire un cahier des tendances	76
2.2.5. SAÉ 1.COMOR.05 : Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques	77
2.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio	78
2.3. Fiches Ressources	79
2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	79
2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias	80
2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication	81
2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations	82
2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille	83
2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais	84
2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2	85

2.3.8.	Ressource R1.08 : Expression écrite et orale	86
2.3.9.	Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)	87
2.3.10.	Ressource R1.10 : Informatique	88
2.3.11.	Ressource R1.11 : Web	89
2.3.12.	Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel	90
2.3.13.	Ressource R1.COMOR.13 : Médias, usages et marchés	92
2.3.14.	Ressource R1.COMOR.14 : Organisations professionnelles	93
2.3.15.	Ressource R1.COMOR.15 : Communication des organisations	94
2.3.16.	Ressource R1.COMOR.16 : Gestion de projet	95
2.3.17.	Ressource R1.COMOR.17 : Culture graphique	96
2.3.18.	Ressource R1.COMOR.18 : Outils numériques de visualisation et infographie	97
2.3.19.	Ressource R1.COMOR.19 : Étude des publics et des marchés	98
2.3.20.	Ressource R1.COMOR.20 : Traitement des données	99
2.3.21.	Ressource R1.COMOR.21 : Écrit et oral spécifiques	100
3.	Semestre 2	101
3.1.	Tableau croisé	101
3.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	103
3.2.1.	SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	103
3.2.2.	SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	104
3.2.3.	SAÉ 2.COMOR.03 : Réaliser un plan de communication	105
3.2.4.	SAÉ 2.COMOR.04 : Produire une chronique audiovisuelle	106
3.2.5.	STAGE.COMOR : Stage COMOR S2	107
3.2.6.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	108
3.3.	Fiches Ressources	109
3.3.1.	Ressource R2.01 : Économie générale	109
3.3.2.	Ressource R2.02 : Droit du travail	110
3.3.3.	Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	111
3.3.4.	Ressource R2.04 : Culture générale et humanités	112
3.3.5.	Ressource R2.05 : Anglais	113
3.3.6.	Ressource R2.06 : Langue vivante 2	114
3.3.7.	Ressource R2.07 : Expression écrite et orale	115
3.3.8.	Ressource R2.08 : Image et son	116
3.3.9.	Ressource R2.09 : Culture numérique	117
3.3.10.	Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel	118
3.3.11.	Ressource R2.COMOR.11 : Plan de communication	120
3.3.12.	Ressource R2.COMOR.12 : Comportement des consommateurs	121
3.3.13.	Ressource R2.COMOR.13 : Création graphique	122
3.3.14.	Ressource R2.COMOR.14 : Audiovisuel spécifique	123
3.3.15.	Ressource R2.COMOR.15 : Etude des besoins des parties prenantes	124
3.3.16.	Ressource R2.COMOR.16 : Gestion de projet	125
4.	Semestre 3	126
4.1.	Tableau croisé	126
4.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	128
4.2.1.	SAÉ 3.COMOR.01 : Concevoir et organiser un événement	128
4.2.2.	SAÉ 3.COMOR.02 : Proposer une recommandation sur la stratégie de communication	129
4.2.3.	SAÉ 3.COMOR.03 : Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités phy- siques et numériques	130
4.2.4.	SAÉ 3.COMOR.04 : Créer un objet ou un service innovant	131
4.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	132
4.3.	Fiches Ressources	133
4.3.1.	Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication	133
4.3.2.	Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie	134
4.3.3.	Ressource R3.03 : Culture numérique	135
4.3.4.	Ressource R3.04 : Anglais	136
4.3.5.	Ressource R3.05 : Langue vivante 2	137
4.3.6.	Ressource R3.06 : Expression écrite et orale	138

4.3.7.	Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel	139
4.3.8.	Ressource R3.COMOR.08 : Design graphique et audiovisuel	141
4.3.9.	Ressource R3.COMOR.09 : Communication événementielle et gestion de projet opérationnel	142
4.3.10.	Ressource R3.COMOR.10 : Marketing / Webmarketing	143
4.3.11.	Ressource R3.COMOR.11 : Communication interne	144
5.	Semestre 4	145
5.1.	Tableau croisé	145
5.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	147
5.2.1.	SAÉ 4.COMOR.01 : Répondre à un brief client (Training)	147
5.2.2.	SAÉ 4.COMOR.02 : Construire une stratégie de communication numérique	149
5.2.3.	STAGE.COMOR : Stage COMOR S4	150
5.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	151
5.3.	Fiches Ressources	152
5.3.1.	Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales	152
5.3.2.	Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication	153
5.3.3.	Ressource R4.03 : Veille	154
5.3.4.	Ressource R4.04 : Anglais	155
5.3.5.	Ressource R4.05 : Langue vivante 2	156
5.3.6.	Ressource R4.06 : Expression écrite et orale	157
5.3.7.	Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel	158
5.3.8.	Ressource R4.COMOR.08 : Communication numérique, webdesign et data management	160
5.3.9.	Ressource R4.COMOR.09 : Gestion de projet relationnel	161
5.3.10.	Ressource R4.COMOR.10 : Stratégie de communication	162
6.	Semestre 5	163
6.1.	Tableau croisé	163
6.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	165
6.2.1.	SAÉ 5.COMOR.01 : Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique	165
6.2.2.	SAÉ 5.COMOR.02 : Expérimenter une démarche entrepreneuriale	166
6.2.3.	SAÉ 5.COMOR.03 : Construire une stratégie de communication sensible	167
6.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	168
6.3.	Fiches Ressources	169
6.3.1.	Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication	169
6.3.2.	Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles	170
6.3.3.	Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations	171
6.3.4.	Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel	172
6.3.5.	Ressource R5.COMOR.05 : Création d'organisation	174
6.3.6.	Ressource R5.COMOR.06 : Management et stratégie des organisations	175
6.3.7.	Ressource R5.COMOR.07 : Conseil et marque - 1	176
6.3.8.	Ressource R5.COMOR.08 : Outils de communication spécifique	177
6.3.9.	Ressource R5.COMOR.09 : Communication professionnelle avancée	178
7.	Semestre 6	179
7.1.	Tableau croisé	179
7.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	181
7.2.1.	SAÉ 6.COMOR.01 : Répondre à un brief client	181
7.2.2.	STAGE.COMOR : Stage COMOR S6	182
7.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	183
7.3.	Fiches Ressources	184
7.3.1.	Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales	184
7.3.2.	Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles	185
7.3.3.	Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel	186
7.3.4.	Ressource R6.COMOR.04 : Conseil et marque - 2	188
7.3.5.	Ressource R6.COMOR.05 : Communication spécialisée	189
7.3.6.	Ressource R6.COMOR.06 : Communication durable et RSE	190

3. Parcours : Information numérique dans les organisations	191
1. Structure générale des six semestres du parcours Information numérique dans les organisations	191
2. Semestre 1	193

2.1.	Tableau croisé	193
2.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	195
2.2.1.	SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	195
2.2.2.	SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	196
2.2.3.	SAÉ 1.INFONUM.03 : Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information	197
2.2.4.	SAÉ 1.INFONUM.04 : Élaborer une bibliographie normée	198
2.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	199
2.3.	Fiches Ressources	200
2.3.1.	Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	200
2.3.2.	Ressource R1.02 : Histoire des médias	201
2.3.3.	Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication	202
2.3.4.	Ressource R1.04 : Études des organisations	203
2.3.5.	Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille	204
2.3.6.	Ressource R1.06 : Anglais	205
2.3.7.	Ressource R1.07 : Langue vivante 2	206
2.3.8.	Ressource R1.08 : Expression écrite et orale	207
2.3.9.	Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)	208
2.3.10.	Ressource R1.10 : Informatique	209
2.3.11.	Ressource R1.11 : Web	210
2.3.12.	Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel	211
2.3.13.	Ressource R1.INFONUM.13 : Culture et économie de l'information	213
2.3.14.	Ressource R1.INFONUM.14 : Recherche d'information	214
2.3.15.	Ressource R1.INFONUM.15 : Métadonnées	215
2.3.16.	Ressource R1.INFONUM.16 : Web et informatique professionnels	216
2.3.17.	Ressource R1.INFONUM.17 : Gestion de projet	217
2.3.18.	Ressource R1.INFONUM.18 : Démarche de veille	218
2.3.19.	Ressource R1.INFONUM.19 : PAO et médias professionnels	219
3.	Semestre 2	220
3.1.	Tableau croisé	220
3.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	222
3.2.1.	SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	222
3.2.2.	SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	223
3.2.3.	SAÉ 2.INFONUM.03 : Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique	224
3.2.4.	SAÉ 2.INFONUM.04 : Produire une note de préconisations de veille	225
3.2.5.	STAGE.INFONUM : Stage InfoNum S2	226
3.2.6.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	227
3.3.	Fiches Ressources	228
3.3.1.	Ressource R2.01 : Économie générale	228
3.3.2.	Ressource R2.02 : Droit du travail	229
3.3.3.	Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	230
3.3.4.	Ressource R2.04 : Culture générale et humanités	231
3.3.5.	Ressource R2.05 : Anglais	232
3.3.6.	Ressource R2.06 : Langue vivante 2	233
3.3.7.	Ressource R2.07 : Expression écrite et orale	234
3.3.8.	Ressource R2.08 : Image et son	235
3.3.9.	Ressource R2.09 : Culture numérique	236
3.3.10.	Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel	237
3.3.11.	Ressource R2.INFONUM.11 : Recherche d'information spécialisée	239
3.3.12.	Ressource R2.INFONUM.12 : Analyse des besoins	240
3.3.13.	Ressource R2.INFONUM.13 : Bases de données documentaires	241
3.3.14.	Ressource R2.INFONUM.14 : Veille informationnelle et e-réputation	242
3.3.15.	Ressource R2.INFONUM.15 : Recherches iconographiques, audio ou vidéo	243
3.3.16.	Ressource R2.INFONUM.16 : Approfondissements du Web et de l'informatique professionnels	244
4.	Semestre 3	245
4.1.	Tableau croisé	245

4.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	247
4.2.1.	SAÉ 3.INFONUM.01 : Partager et valoriser de l'information (Training)	247
4.2.2.	SAÉ 3.INFONUM.02 : Constituer un fonds spécifique	248
4.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	249
4.3.	Fiches Ressources	250
4.3.1.	Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication	250
4.3.2.	Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie	251
4.3.3.	Ressource R3.03 : Culture numérique	252
4.3.4.	Ressource R3.04 : Anglais	253
4.3.5.	Ressource R3.05 : Langue vivante 2	254
4.3.6.	Ressource R3.06 : Expression écrite et orale	255
4.3.7.	Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel	256
4.3.8.	Ressource R3.INFONUM.08 : Techniques de communication numérique	258
4.3.9.	Ressource R3.INFONUM.09 : Data et documents	259
4.3.10.	Ressource R3.INFONUM.10 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances	260
4.3.11.	Ressource R3.INFONUM.11 : Analyse d'un système d'information	261
4.3.12.	Ressource R3.INFONUM.12 : Projets de dématérialisation	262
4.3.13.	Ressource R3.INFONUM.13 : Veille stratégique et intelligence économique	263
5.	Semestre 4	264
5.1.	Tableau croisé	264
5.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	266
5.2.1.	SAÉ 4.INFONUM.01 : Partager et valoriser de l'information	266
5.2.2.	SAÉ 4.INFONUM.02 : Réaliser une prestation de veille	267
5.2.3.	STAGE.INFONUM : Stage InfoNum S4	268
5.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	269
5.3.	Fiches Ressources	270
5.3.1.	Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales	270
5.3.2.	Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication	271
5.3.3.	Ressource R4.03 : Veille	272
5.3.4.	Ressource R4.04 : Anglais	273
5.3.5.	Ressource R4.05 : Langue vivante 2	274
5.3.6.	Ressource R4.06 : Expression écrite et orale	275
5.3.7.	Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel	276
5.3.8.	Ressource R4.INFONUM.08 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances	278
5.3.9.	Ressource R4.INFONUM.09 : Records management	279
5.3.10.	Ressource R4.INFONUM.10 : Référencement	280
5.3.11.	Ressource R4.INFONUM.11 : Data et documents	281
6.	Semestre 5	282
6.1.	Tableau croisé	282
6.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	284
6.2.1.	SAÉ 5.INFONUM.01 : Mettre en place une stratégie de communication numérique	284
6.2.2.	SAÉ 5.INFONUM.02 : Accompagner les utilisateurs	285
6.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	286
6.3.	Fiches Ressources	287
6.3.1.	Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication	287
6.3.2.	Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles	288
6.3.3.	Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations	289
6.3.4.	Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel	290
6.3.5.	Ressource R5.INFONUM.05 : Data et documents	292
6.3.6.	Ressource R5.INFONUM.06 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances	293
6.3.7.	Ressource R5.INFONUM.07 : Architecture de l'information	294
6.3.8.	Ressource R5.INFONUM.08 : Stratégies de veille collaborative	295
6.3.9.	Ressource R5.INFONUM.09 : Stratégies de communication numérique	296
6.3.10.	Ressource R5.INFONUM.10 : Politique d'archivage et de conservation	297
6.3.11.	Ressource R5.INFONUM.11 : Droit de l'information	298
6.3.12.	Ressource R5.INFONUM.12 : Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces	299

7.	Semestre 6	300
7.1.	Tableau croisé	300
7.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	302
7.2.1.	SAÉ 6.INFONUM.01 : Gérer les données (Data management)	302
7.2.2.	SAÉ 6.INFONUM.02 : Réaliser un projet de communication numérique	303
7.2.3.	STAGE.INFONUM : Stage InfoNum S6	304
7.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	305
7.3.	Fiches Ressources	306
7.3.1.	Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales	306
7.3.2.	Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles	307
7.3.3.	Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel	308
7.3.4.	Ressource R6.INFONUM.04 : Data et documents	310
7.3.5.	Ressource R6.INFONUM.05 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances	311
7.3.6.	Ressource R6.INFONUM.06 : Gestion d'un projet en architecture de l'information	312
7.3.7.	Ressource R6.INFONUM.07 : Stratégies de communication multicanal	313
4.	Parcours : Journalisme	314
1.	Structure générale des six semestres du parcours Journalisme	314
2.	Semestre 1	316
2.1.	Tableau croisé	316
2.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	318
2.2.1.	SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	318
2.2.2.	SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	319
2.2.3.	SAÉ 1.JOU.03 : Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société	320
2.2.4.	SAÉ 1.JOU.04 : Réaliser une revue de presse	321
2.2.5.	SAÉ 1.JOU.05 : Réaliser un reportage pour la presse écrite	322
2.2.6.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	323
2.3.	Fiches Ressources	324
2.3.1.	Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	324
2.3.2.	Ressource R1.02 : Histoire des médias	325
2.3.3.	Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication	326
2.3.4.	Ressource R1.04 : Études des organisations	327
2.3.5.	Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille	328
2.3.6.	Ressource R1.06 : Anglais	329
2.3.7.	Ressource R1.07 : Langue vivante 2	330
2.3.8.	Ressource R1.08 : Expression écrite et orale	331
2.3.9.	Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)	332
2.3.10.	Ressource R1.10 : Informatique	333
2.3.11.	Ressource R1.11 : Web	334
2.3.12.	Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel	335
2.3.13.	Ressource R1.JOU.13 : Connaissance des institutions	337
2.3.14.	Ressource R1.JOU.14 : Histoire du journalisme	338
2.3.15.	Ressource R1.JOU.15 : Écrit et oral spécifiques	339
2.3.16.	Ressource R1.JOU.16 : Suivi et analyse critique de l'actualité	340
2.3.17.	Ressource R1.JOU.17 : Traitement de l'actualité internationale	341
2.3.18.	Ressource R1.JOU.18 : Techniques d'interview	342
2.3.19.	Ressource R1.JOU.19 : Outils de communication numérique	343
2.3.20.	Ressource R1.JOU.20 : Étude des entreprises de presse	344
2.3.21.	Ressource R1.JOU.21 : Introduction à la sociologie des médias et du journalisme	345
2.3.22.	Ressource R1.JOU.22 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	346
3.	Semestre 2	347
3.1.	Tableau croisé	347
3.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	349
3.2.1.	SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	349
3.2.2.	SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	350
3.2.3.	SAÉ 2.JOU.03 : Réaliser un reportage radio	351

3.2.4.	SAÉ 2.JOU.04 : Réaliser un reportage audiovisuel	352
3.2.5.	SAÉ 2.JOU.05 : Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias	353
3.2.6.	STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S2	354
3.2.7.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	355
3.3.	Fiches Ressources	356
3.3.1.	Ressource R2.01 : Économie générale	356
3.3.2.	Ressource R2.02 : Droit du travail	357
3.3.3.	Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	358
3.3.4.	Ressource R2.04 : Culture générale et humanités	359
3.3.5.	Ressource R2.05 : Anglais	360
3.3.6.	Ressource R2.06 : Langue vivante 2	361
3.3.7.	Ressource R2.07 : Expression écrite et orale	362
3.3.8.	Ressource R2.08 : Image et son	363
3.3.9.	Ressource R2.09 : Culture numérique	364
3.3.10.	Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel	365
3.3.11.	Ressource R2.JOU.11 : Sociologie des médias et du journalisme	367
3.3.12.	Ressource R2.JOU.12 : Ecrit et oral spécifiques	368
3.3.13.	Ressource R2.JOU.13 : Déontologie et éthique	369
3.3.14.	Ressource R2.JOU.14 : Droit de la presse et des médias	370
3.3.15.	Ressource R2.JOU.15 : Économie des médias et du journalisme	371
3.3.16.	Ressource R2.JOU.16 : Suivi et analyse critique de l'actualité	372
3.3.17.	Ressource R2.JOU.17 : Traitement de l'actualité internationale	373
3.3.18.	Ressource R2.JOU.18 : Outils de communication numérique	374
3.3.19.	Ressource R2.JOU.19 : Interlocuteurs du journalisme	375
3.3.20.	Ressource R2.JOU.20 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	376
4.	Semestre 3	377
4.1.	Tableau croisé	377
4.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	379
4.2.1.	SAÉ 3.JOU.01 : Produire une recherche sur un fait de société à l'international	379
4.2.2.	SAÉ 3.JOU.02 : Réaliser un article sur la base d'entretiens	380
4.2.3.	SAÉ 3.JOU.03 : Produire un reportage pour le web à partir de data	381
4.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	382
4.3.	Fiches Ressources	383
4.3.1.	Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication	383
4.3.2.	Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie	384
4.3.3.	Ressource R3.03 : Culture numérique	385
4.3.4.	Ressource R3.04 : Anglais	386
4.3.5.	Ressource R3.05 : Langue vivante 2	387
4.3.6.	Ressource R3.06 : Expression écrite et orale	388
4.3.7.	Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel	389
4.3.8.	Ressource R3.JOU.08 : Droit de la presse et des médias	391
4.3.9.	Ressource R3.JOU.09 : Déontologie et éthique	392
4.3.10.	Ressource R3.JOU.10 : Ecrit et oral spécifiques	393
4.3.11.	Ressource R3.JOU.11 : Etudes et techniques d'enquête	394
4.3.12.	Ressource R3.JOU.12 : Interlocuteurs du journalisme	395
4.3.13.	Ressource R3.JOU.13 : Journalisme de données	396
4.3.14.	Ressource R3.JOU.14 : Suivi de l'actualité	397
4.3.15.	Ressource R3.JOU.15 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	398
4.3.16.	Ressource R3.JOU.16 : Techniques de référencement	399
5.	Semestre 4	400
5.1.	Tableau croisé	400
5.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	402
5.2.1.	SAÉ 4.JOU.01 : Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme	402
5.2.2.	SAÉ 4.JOU.02 : Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion	403
5.2.3.	STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S4	404

5.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	405
5.3.	Fiches Ressources	406
5.3.1.	Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales	406
5.3.2.	Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication	407
5.3.3.	Ressource R4.03 : Veille	408
5.3.4.	Ressource R4.04 : Anglais	409
5.3.5.	Ressource R4.05 : Langue vivante 2	410
5.3.6.	Ressource R4.06 : Expression écrite et orale	411
5.3.7.	Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel	412
5.3.8.	Ressource R4.JOU.08 : Enjeux stratégiques de l'information	414
5.3.9.	Ressource R4.JOU.09 : Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias	415
5.3.10.	Ressource R4.JOU.10 : Environnement et organisation du journalisme	416
5.3.11.	Ressource R4.JOU.11 : Traitement de l'information spécialisée	417
5.3.12.	Ressource R4.JOU.12 : Suivi de l'actualité	418
5.3.13.	Ressource R4.JOU.13 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	419
5.3.14.	Ressource R4.JOU.14 : Gestion des flux d'information numérique	420
6.	Semestre 5	421
6.1.	Tableau croisé	421
6.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	423
6.2.1.	SAÉ 5.JOU.01 : Préparer la réalisation d'un reportage	423
6.2.2.	SAÉ 5.JOU.02 : Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale	424
6.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	425
6.3.	Fiches Ressources	426
6.3.1.	Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication	426
6.3.2.	Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles	427
6.3.3.	Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations	428
6.3.4.	Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel	429
6.3.5.	Ressource R5.JOU.05 : Anglais des médias	431
6.3.6.	Ressource R5.JOU.06 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	432
6.3.7.	Ressource R5.JOU.07 : Data-visualisation	433
6.3.8.	Ressource R5.JOU.08 : Stratégies de diffusion	434
7.	Semestre 6	435
7.1.	Tableau croisé	435
7.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	437
7.2.1.	SAÉ 6.JOU.01 : Produire un magazine (print, web, radio, télévision)	437
7.2.2.	STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S6	438
7.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	439
7.3.	Fiches Ressources	440
7.3.1.	Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales	440
7.3.2.	Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles	441
7.3.3.	Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel	442
7.3.4.	Ressource R6.JOU.04 : Anglais des médias	444
7.3.5.	Ressource R6.JOU.05 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	445
7.3.6.	Ressource R6.JOU.06 : Culture numérique	446
5.	Parcours : Métiers du livre et du patrimoine	447
1.	Structure générale des six semestres du parcours Métiers du livre et du patrimoine	447
2.	Semestre 1	449
2.1.	Tableau croisé	449
2.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	451
2.2.1.	SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	451
2.2.2.	SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	452
2.2.3.	SAÉ 1.MLP.03 : Suivre l'actualité du livre et du patrimoine	453
2.2.4.	SAÉ 1.MLP.04 : Découvrir des lieux culturels	454
2.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	455
2.3.	Fiches Ressources	456

2.3.1.	Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	456
2.3.2.	Ressource R1.02 : Histoire des médias	457
2.3.3.	Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication	458
2.3.4.	Ressource R1.04 : Études des organisations	459
2.3.5.	Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille	460
2.3.6.	Ressource R1.06 : Anglais	461
2.3.7.	Ressource R1.07 : Langue vivante 2	462
2.3.8.	Ressource R1.08 : Expression écrite et orale	463
2.3.9.	Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)	464
2.3.10.	Ressource R1.10 : Informatique	465
2.3.11.	Ressource R1.11 : Web	466
2.3.12.	Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel	467
2.3.13.	Ressource R1.MLP.13 : Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine	469
2.3.14.	Ressource R1.MLP.14 : Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle	470
2.3.15.	Ressource R1.MLP.15 : Paysage culturel et éditorial	471
2.3.16.	Ressource R1.MLP.16 : Conception graphique	472
2.3.17.	Ressource R1.MLP.17 : Gestion de projet	473
2.3.18.	Ressource R1.MLP.18 : Communication des organisations culturelles	474
3.	Semestre 2	475
3.1.	Tableau croisé	475
3.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	477
3.2.1.	SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	477
3.2.2.	SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	478
3.2.3.	SAÉ 2.MLP.03 : Concevoir un évènement ou une médiation	479
3.2.4.	STAGE.MLP : Stage MLP S2	480
3.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	481
3.3.	Fiches Ressources	482
3.3.1.	Ressource R2.01 : Économie générale	482
3.3.2.	Ressource R2.02 : Droit du travail	483
3.3.3.	Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	484
3.3.4.	Ressource R2.04 : Culture générale et humanités	485
3.3.5.	Ressource R2.05 : Anglais	486
3.3.6.	Ressource R2.06 : Langue vivante 2	487
3.3.7.	Ressource R2.07 : Expression écrite et orale	488
3.3.8.	Ressource R2.08 : Image et son	489
3.3.9.	Ressource R2.09 : Culture numérique	490
3.3.10.	Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel	491
3.3.11.	Ressource R2.MLP.11 : Socio-économie du livre et du patrimoine	493
3.3.12.	Ressource R2.MLP.12 : Littérature et histoire culturelle	494
3.3.13.	Ressource R2.MLP.13 : Outils et techniques professionnels dédiés	495
3.3.14.	Ressource R2.MLP.14 : Relation client et accueil du public	496
3.3.15.	Ressource R2.MLP.15 : Gestion de projet	497
4.	Semestre 3	498
4.1.	Tableau croisé	498
4.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	500
4.2.1.	SAÉ 3.MLP.01 : Réaliser un évènement ou une médiation	500
4.2.2.	SAÉ 3.MLP.02 : Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle	501
4.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	502
4.3.	Fiches Ressources	503
4.3.1.	Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication	503
4.3.2.	Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie	504
4.3.3.	Ressource R3.03 : Culture numérique	505
4.3.4.	Ressource R3.04 : Anglais	506
4.3.5.	Ressource R3.05 : Langue vivante 2	507
4.3.6.	Ressource R3.06 : Expression écrite et orale	508
4.3.7.	Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel	509

4.3.8.	Ressource R3.MLP.08 : Histoire et politiques culturelles	511
4.3.9.	Ressource R3.MLP.09 : Littérature, arts et sciences : perspective historique	512
4.3.10.	Ressource R3.MLP.10 : Techniques spécifiques	513
4.3.11.	Ressource R3.MLP.11 : Médiation et communication	514
5.	Semestre 4	515
5.1.	Tableau croisé	515
5.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	517
5.2.1.	SAÉ 4.MLP.01 : Réaliser une enquête ou étude de marché	517
5.2.2.	SAÉ 4.MLP.02 : Répondre à une commande (Training)	518
5.2.3.	SAÉ 4.MLP.03 : Elaborer un projet de communication culturelle	519
5.2.4.	STAGE.MLP : Stage MLP S4	520
5.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	522
5.3.	Fiches Ressources	523
5.3.1.	Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales	523
5.3.2.	Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication	524
5.3.3.	Ressource R4.03 : Veille	525
5.3.4.	Ressource R4.04 : Anglais	526
5.3.5.	Ressource R4.05 : Langue vivante 2	527
5.3.6.	Ressource R4.06 : Expression écrite et orale	528
5.3.7.	Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel	529
5.3.8.	Ressource R4.MLP.08 : Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine	531
5.3.9.	Ressource R4.MLP.09 : Techniques spécifiques	532
6.	Semestre 5	533
6.1.	Tableau croisé	533
6.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	535
6.2.1.	SAÉ 5.MLP.01 : Créer un guide de lecteur ou catalogue de collection	535
6.2.2.	SAÉ 5.MLP.02 : Concevoir un projet culturel	536
6.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	537
6.3.	Fiches Ressources	538
6.3.1.	Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication	538
6.3.2.	Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles	539
6.3.3.	Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations	540
6.3.4.	Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel	541
6.3.5.	Ressource R5.MLP.05 : Littérature, arts et sciences : perspective internationale	543
6.3.6.	Ressource R5.MLP.06 : Marché éditorial et stratégie d'offre	544
6.3.7.	Ressource R5.MLP.07 : Écrits professionnels - mise à niveau	545
6.3.8.	Ressource R5.MLP.08 : Médiation et communication	546
6.3.9.	Ressource R5.MLP.09 : Pratique et outils professionnels	547
6.3.10.	Ressource R5.MLP.10 : Production audiovisuelle et numérique	548
7.	Semestre 6	549
7.1.	Tableau croisé	549
7.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	551
7.2.1.	SAÉ 6.MLP.01 : Répondre à une commande	551
7.2.2.	SAÉ 6.MLP.02 : Réaliser un projet culturel	552
7.2.3.	STAGE.MLP : Stage MLP S6	553
7.2.4.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	554
7.3.	Fiches Ressources	555
7.3.1.	Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales	555
7.3.2.	Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles	556
7.3.3.	Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel	557
7.3.4.	Ressource R6.MLP.04 : Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre	559
7.3.5.	Ressource R6.MLP.05 : Écrits professionnels	560
7.3.6.	Ressource R6.MLP.06 : Gestion, connaissance et valorisation des fonds	561
6.	Parcours : Publicité	562
1.	Structure générale des six semestres du parcours Publicité	562
2.	Semestre 1	564

2.1.	Tableau croisé	564
2.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	566
2.2.1.	SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	566
2.2.2.	SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	567
2.2.3.	SAÉ 1.PUB.03 : Réaliser une analyse de marché	568
2.2.4.	SAÉ 1.PUB.04 : Concevoir une identité graphique	569
2.2.5.	SAÉ 1.PUB.05 : Décrypter le brief d'un annonceur	570
2.2.6.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	571
2.3.	Fiches Ressources	572
2.3.1.	Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	572
2.3.2.	Ressource R1.02 : Histoire des médias	573
2.3.3.	Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication	574
2.3.4.	Ressource R1.04 : Études des organisations	575
2.3.5.	Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille	576
2.3.6.	Ressource R1.06 : Anglais	577
2.3.7.	Ressource R1.07 : Langue vivante 2	578
2.3.8.	Ressource R1.08 : Expression écrite et orale	579
2.3.9.	Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)	580
2.3.10.	Ressource R1.10 : Informatique	581
2.3.11.	Ressource R1.11 : Web	582
2.3.12.	Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel	583
2.3.13.	Ressource R1.PUB.13 : Comportement des consommateurs	585
2.3.14.	Ressource R1.PUB.14 : Études de marché, Marketing d'études	586
2.3.15.	Ressource R1.PUB.15 : Marketing fondamental, Stratégie de marque	587
2.3.16.	Ressource R1.PUB.16 : Art contemporain et créativité	588
2.3.17.	Ressource R1.PUB.17 : Culture et tendances publicitaires / Culture graphique	589
2.3.18.	Ressource R1.PUB.18 : Métiers et acteurs de la publicité	590
2.3.19.	Ressource R1.PUB.19 : Atelier Recommandation	591
2.3.20.	Ressource R1.PUB.20 : Gestion de projet	592
3.	Semestre 2	593
3.1.	Tableau croisé	593
3.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	595
3.2.1.	SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	595
3.2.2.	SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	596
3.2.3.	SAÉ 2.PUB.03 : Réaliser une étude sur une marque	597
3.2.4.	SAÉ 2.PUB.04 : Réaliser une étude publicitaire	598
3.2.5.	SAÉ 2.PUB.05 : Raconter ou convaincre par l'image	599
3.2.6.	STAGE.PUB : Stage PUB S2	600
3.2.7.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	601
3.3.	Fiches Ressources	602
3.3.1.	Ressource R2.01 : Économie générale	602
3.3.2.	Ressource R2.02 : Droit du travail	603
3.3.3.	Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie.	604
3.3.4.	Ressource R2.04 : Culture générale et humanités	605
3.3.5.	Ressource R2.05 : Anglais	606
3.3.6.	Ressource R2.06 : Langue vivante 2	607
3.3.7.	Ressource R2.07 : Expression écrite et orale	608
3.3.8.	Ressource R2.08 : Image et son	609
3.3.9.	Ressource R2.09 : Culture numérique	610
3.3.10.	Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel	611
3.3.11.	Ressource R2.PUB.11 : Comportement des consommateurs / Analyse des données	613
3.3.12.	Ressource R2.PUB.12 : Études de marché, Marketing d'études	614
3.3.13.	Ressource R2.PUB.13 : Conception rédaction	615
3.3.14.	Ressource R2.PUB.14 : Image et web	616
3.3.15.	Ressource R2.PUB.15 : Culture et tendances publicitaires	617

	3.3.16.	Ressource R2.PUB.16 : Droit de la publicité	618
	3.3.17.	Ressource R2.PUB.17 : Gestion de projet	619
4.	Semestre 3		620
	4.1.	Tableau croisé	620
	4.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	622
	4.2.1.	SAÉ 3.PUB.01 : Étudier une marque (Training)	622
	4.2.2.	SAÉ 3.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication (Training)	623
	4.2.3.	SAÉ 3.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire (Training)	624
	4.2.4.	SAÉ 3.PUB.04 : Concevoir une stratégie de communication publicitaire	625
	4.2.5.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	626
	4.3.	Fiches Ressources	627
	4.3.1.	Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication	627
	4.3.2.	Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie	628
	4.3.3.	Ressource R3.03 : Culture numérique	629
	4.3.4.	Ressource R3.04 : Anglais	630
	4.3.5.	Ressource R3.05 : Langue vivante 2	631
	4.3.6.	Ressource R3.06 : Expression écrite et orale	632
	4.3.7.	Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel	633
	4.3.8.	Ressource R3.PUB.08 : Stratégie marketing / Branding	635
	4.3.9.	Ressource R3.PUB.09 : Marketing opérationnel / Webmarketing	636
	4.3.10.	Ressource R3.PUB.10 : Atelier de création	637
	4.3.11.	Ressource R3.PUB.11 : Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)	638
	4.3.12.	Ressource R3.PUB.12 : Stratégie de communication	639
	4.3.13.	Ressource R3.PUB.13 : Stratégie des moyens / Social media	640
	4.3.14.	Ressource R3.PUB.14 : Gestion d'un projet de communication	641
5.	Semestre 4		642
	5.1.	Tableau croisé	642
	5.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	644
	5.2.1.	SAÉ 4.PUB.01 : Étudier une marque	644
	5.2.2.	SAÉ 4.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication	645
	5.2.3.	SAÉ 4.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire	646
	5.2.4.	SAÉ 4.PUB.04 : Réaliser un projet de communication publicitaire	647
	5.2.5.	STAGE.PUB : Stage PUB S4	648
	5.2.6.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	649
	5.3.	Fiches Ressources	650
	5.3.1.	Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales	650
	5.3.2.	Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication	651
	5.3.3.	Ressource R4.03 : Veille	652
	5.3.4.	Ressource R4.04 : Anglais	653
	5.3.5.	Ressource R4.05 : Langue vivante 2	654
	5.3.6.	Ressource R4.06 : Expression écrite et orale	655
	5.3.7.	Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel	656
	5.3.8.	Ressource R4.PUB.08 : Planning stratégique	658
	5.3.9.	Ressource R4.PUB.09 : Marketing (digital) / opérationnel	659
	5.3.10.	Ressource R4.PUB.10 : Stratégie de création	660
	5.3.11.	Ressource R4.PUB.11 : Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign	661
	5.3.12.	Ressource R4.PUB.12 : Stratégie des moyens / Social media	663
	5.3.13.	Ressource R4.PUB.13 : Budgétisation	664
6.	Semestre 5		665
	6.1.	Tableau croisé	665
	6.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	667
	6.2.1.	SAÉ 5.PUB.01 : Réaliser un dossier de marque	667
	6.2.2.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	668
	6.3.	Fiches Ressources	669
	6.3.1.	Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication	669
	6.3.2.	Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles	670

6.3.3.	Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations	671
6.3.4.	Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel	672
6.3.5.	Ressource R5.PUB.05 : Création publicitaire (plurimédiatique) / Communication narrative	674
6.3.6.	Ressource R5.PUB.06 : Image et Web (niveau 4 - AV, PAO, Web) / Motion et Sound Design	675
6.3.7.	Ressource R5.PUB.07 : Publicité internationale / Campagnes spécifiques	677
6.3.8.	Ressource R5.PUB.08 : Stratégie de communication 360°	678
6.3.9.	Ressource R5.PUB.09 : Publicité RSO	679
7.	Semestre 6	680
7.1.	Tableau croisé	680
7.2.	Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	682
7.2.1.	SAÉ 6.PUB.01 : Réaliser et défendre un dossier de marque	682
7.2.2.	STAGE.PUB : Stage PUB S6	683
7.2.3.	PORTFOLIO : Démarche portfolio	684
7.3.	Fiches Ressources	685
7.3.1.	Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales	685
7.3.2.	Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles	686
7.3.3.	Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel	687
7.3.4.	Ressource R6.PUB.04 : Atelier créatif / Création plurimédiatique	689
7.3.5.	Ressource R6.PUB.05 : Culture et tendances / Design graphique	690
7.3.6.	Ressource R6.PUB.06 : Publicité et influenceurs / Publicité internationale	691
7.3.7.	Ressource R6.PUB.07 : Recommandation stratégique 360°	692

Première partie

La formation B.U.T. Information-Communication et ses parcours

Ce document présente le programme national du B.U.T. Information-Communication et complète l'annexe 1 de l'arrêté relatif aux programmes nationaux de la licence professionnelle – bachelor universitaire de technologie.

1. Objectifs de la formation

Présentation générale de la spécialité Information-Communication et de ses parcours

Le B.U.T. Information-Communication a pour objectif de former des étudiantes et étudiants destinés à exercer une activité professionnelle dans le secteur de l'information et de la communication. Le B.U.T. Information-Communication prépare à des métiers qui s'attachent au développement des dimensions stratégiques de l'information et de la communication dans les entreprises, les organismes publics, les associations, les médias, les agences...

Cette formation se caractérise par :

- un socle solide en sciences de l'information et de la communication ainsi que, de façon plus générale, en sciences humaines et sociales ;
- le développement de la culture générale et de la culture professionnelle des métiers de l'information-communication ;
- l'exigence particulière portée sur la qualité de l'expression française, tant à l'écrit qu'à l'oral ;
- un enseignement appliqué en langues, l'anglais étant obligatoire ainsi qu'une deuxième langue vivante en fonction des propositions faites dans les différents départements ;
- des enseignements approfondis sur les outils numériques et leur mobilisation dans les différentes voies professionnelles proposées dans les différents parcours du B.U.T. ;
- la valorisation des écritures audiovisuelles.

Ainsi, cette formation a pour ambition d'apporter aux étudiants une solide culture académique constituée de savoirs et de savoir-faire, soutenus par une culture professionnelle des métiers.

Les cinq parcours proposés dès la première année du B.U.T. sont les suivants :

- Communication des organisations
- Information numérique dans les organisations
- Journalisme
- Métiers du livre et du patrimoine
- Publicité

Même si elle n'est pas de droit, la poursuite d'études est possible après le B.U.T.

1.1. Le parcours : Communication des organisations

Le parcours Communication des organisations forme des communicants dont la tâche est de valoriser l'image d'organisations dans lesquelles ils travaillent ou pour lesquelles ils sont engagés. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre la stratégie de communication de l'organisation qui les emploie, dans le but de valoriser son image, en interne comme en externe. Pour cela, ils créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils mettent en place des actions de communication et de relations avec les publics. Les communicants et communicantes sont des créateurs de valeur par la diffusion et la promotion de l'information.

Les deux compétences communes à tous les parcours :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Les compétences spécifiques au parcours Communication des organisations :

- Concevoir une stratégie communication

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

1.2. Le parcours : Information numérique dans les organisations

Le parcours Information numérique dans les organisations forme des spécialistes du traitement et de la valorisation de l'information. Ils sont appelés à mettre en place des dispositifs d'accès à l'information pour tous les acteurs des organisations pour lesquelles ils travaillent. Ces spécialistes mènent des actions de communication autour des ressources documentaires et des services offerts. Ils accompagnent les usagers dans leurs recherches d'information ou les forment à utiliser des outils dédiés (moteurs de recherche, catalogues...).

Les deux compétences communes à tous les parcours :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Les compétences spécifiques au parcours Information numérique dans les organisations :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

1.3. Le parcours : Journalisme

Le parcours Journalisme forme des spécialistes de l'information qui ont pour objectif de rendre compte de l'actualité en apportant leur propre analyse et leur éclairage. Ils possèdent les savoirs nécessaires à la mise en perspective de l'événement, et choisissent des outils et des techniques de traitement de l'information en fonction des différents publics et des supports. Ils maîtrisent les différents genres journalistiques, la hiérarchisation de l'information, la construction d'angles de traitement, les pratiques rédactionnelles et les exigences techniques spécifiques à chaque média (presse écrite print et web, radio, télévision...).

Les deux compétences communes à tous les parcours :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Les compétences spécifiques au parcours Journalisme :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

1.4. Le parcours : Métiers du livre et du patrimoine

Le parcours Métiers du livre et du patrimoine a pour objectif de former des professionnels susceptibles d'exercer dans les différents secteurs de la chaîne du livre et de la culture, principalement les bibliothèques, les librairies, les maisons d'édition, les musées et des services à caractère patrimonial. Il offre une formation dans la production, la diffusion et la gestion des collections. Il permet une compréhension des enjeux liés à la culture du livre et du patrimoine, et une maîtrise des formes de médiation, de création ou de commercialisation adaptées à tous les publics.

Sensible aux mutations des pratiques culturelles, ce parcours prépare à des métiers liés aux missions en émergence (nouvelles pratiques sociales et citoyennes de médiation et de diffusion des savoirs, vie événementielle, nouveaux traitements des collections, mise à disposition et partage des contenus physiques et numériques).

Chaque IUT décline une ou plusieurs spécialisations : bibliothèque, librairie, édition, musée et patrimoine. Il convient de se renseigner sur les spécialisations offertes par chacun de façon à choisir celle qui convient à son projet.

Les deux compétences communes à tous les parcours :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Les compétences spécifiques au parcours Métiers du livre et du patrimoine :

- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

1.5. Le parcours : Publicité

Le parcours Publicité forme des spécialistes de la communication autour des questions de la stratégie publicitaire, du marketing et de la créativité. Ils ou elles interviennent à toutes les étapes d'une campagne de publicité : réunions préparatoires, étude et définition des cibles, des objectifs, de l'axe et des thèmes publicitaires, de la teneur du message, de la nature des supports et de la répartition du budget.

Les deux compétences communes à tous les parcours :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Les compétences spécifiques au parcours Publicité :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Deuxième partie

Référentiel de compétences

1. Parcours : Communication des organisations

Référentiel de compétences

Référentiel de compétences du B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

<h3>Décrypter</h3>	<p>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales - CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) - CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions - CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle - CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
<h3>Partager</h3>	<p>Informier et communiquer au sein des organisations</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères - CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels - CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes - CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
<h3>Concevoir</h3>	<p>Concevoir une stratégie communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En analysant la demande et le contexte du commanditaire - CE3.02 En identifiant les cibles et les ressources - CE3.03 En formulant une recommandation incluant une stratégie et des canaux de communication - CE3.04 En pilotant un projet de communication dans le respect du cadre réglementaire
<h3>Elaborer</h3>	<p>Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En suivant une ligne éditoriale ou une stratégie définie - CE4.02 En créant des supports de communication - CE4.03 En élaborant des concepts créatifs - CE4.04 En prenant en compte les tendances, les enjeux et les évolutions économiques, culturelles, technologiques - CE4.05 En se mettant en conformité avec les règles juridiques liées à la conception éditoriale et à la production de supports de communication - CE4.06 En respectant les contraintes budgétaires et l'environnement sociotechnique de l'organisation
<h3>Piloter</h3>	<p>Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE5.01 En identifiant les besoins spécifiques des parties prenantes - CE5.02 En répondant aux besoins à l'aide de méthodologies et d'outils - CE5.03 En optimisant les solutions proposées au regard des contraintes techniques, budgétaires, humaines, organisationnelles, juridiques - CE5.04 En effectuant un suivi quantitatif et qualitatif des actions - CE5.05 En s'inscrivant dans la stratégie de communication - CE5.06 En intégrant les enjeux éthiques dans la relation

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

Décrypter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Concevoir	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En réponse à un brief ou à un cahier des charges d'un commanditaire public, privé ou de l'économie sociale et solidaireDans le cadre de la définition d'une stratégie de communication interneDans le cadre de la définition d'une stratégie de communication externe
Elaborer	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans le cadre d'une production interneDans le cadre du pilotage de la création ou de la production par un sous-traitant
Piloter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En situation de relation sociale ou associativeEn situation de relation commerciale ou financièreEn situation de relation avec les publics ou les institutions territorialesEn situation de gestion et d'animation de communauté numérique

Les niveaux de développement des compétences

B.U.T. Information-Communication Parcours Communication des organisations

Décrypter	Partager	Concevoir	Elaborer	Piloter
<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Informier et communiquer en contexte pré-professionnel</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Identifier les leviers d'une stratégie de communication</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Se familiariser avec les moyens de communication</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Initier la relation par la connaissance des parties prenantes et de leur environnement</p>
<p>Niveau 2</p> <p>Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Mettre en œuvre une stratégie de communication et ses étapes</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Appliquer une ligne éditoriale en la déclinant suivant les moyens mobilisés</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Gérer les relations courantes avec les parties prenantes</p>
<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation</p>		<p>Niveau 3</p> <p>Élaborer et piloter une stratégie de communication et de marque</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Concevoir les moyens de communication selon une logique éditoriale</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme</p>

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none">- CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales- CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)- CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions- CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle- CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC11.01 Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal- AC11.02 Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines- AC11.03 Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Niveau 2 Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC21.01 Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service- AC21.02 Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production- AC21.03 Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	
Niveau 3 Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation	<ul style="list-style-type: none">- AC31.01 Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions- AC31.02 Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions- AC31.03 Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Partager	Informier et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none">- CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères- CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels- CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes- CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	<ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication- AC12.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle- AC12.03 Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication- AC12.04 Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Niveau 2 Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)	<ul style="list-style-type: none">- AC22.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande- AC22.03 Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels- AC22.04 S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils- AC22.05 Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	

Compétence Concevoir

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

<p>Concevoir</p>	<p>Concevoir une stratégie communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En analysant la demande et le contexte du commanditaire - CE3.02 En identifiant les cibles et les ressources - CE3.03 En formulant une recommandation incluant une stratégie et des canaux de communication - CE3.04 En pilotant un projet de communication dans le respect du cadre réglementaire
<p>Situations professionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> En réponse à un brief ou à un cahier des charges d'un commanditaire public, privé ou de l'économie sociale et solidaire Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication interne Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication externe 		
<p>Niveaux</p> <p>Niveau 1 Identifier les leviers d'une stratégie de communication</p>	<p>Apprentissages critiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - AC13.01 Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias - AC13.02 Faire l'expérience d'une construction de plan de communication - AC13.03 Identifier et différencier les secteurs et les marchés - AC13.04 Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables - AC13.05 Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet 	
<p>Niveau 2 Mettre en œuvre une stratégie de communication et ses étapes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC23.01 Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle - AC23.02 Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur - AC23.03 Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle - AC23.04 Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire - AC23.05 Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions 	
<p>Niveau 3 Élaborer et piloter une stratégie de communication et de marque</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC33.01 Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation - AC33.02 Décliner un plan de communication en interne - AC33.03 Définir une stratégie de relations "publics" et presse - AC33.04 Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels 	

Compétence Elaborer

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

<p>Elaborer</p>	<p>Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En suivant une ligne éditoriale ou une stratégie définie - CE4.02 En créant des supports de communication - CE4.03 En élaborant des concepts créatifs - CE4.04 En prenant en compte les tendances, les enjeux et les évolutions économiques, culturelles, technologiques - CE4.05 En se mettant en conformité avec les règles juridiques liées à la conception éditoriale et à la production de supports de communication - CE4.06 En respectant les contraintes budgétaires et l'environnement sociotechnique de l'organisation
<p>Situations professionnelles</p>		<p>Dans le cadre d'une production interne Dans le cadre du pilotage de la création ou de la production par un sous-traitant</p>
<p>Niveaux</p>		<p>Apprentissages critiques</p>
<p>Niveau 1 Se familiariser avec les moyens de communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC14.01 Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel) - AC14.02 Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles - AC14.03 Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples - AC14.04 Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple 	
<p>Niveau 2 Appliquer une ligne éditoriale en la déclinant suivant les moyens mobilisés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC24.01 Réaliser des supports visuels (print, web) et audio - AC24.02 Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel) - AC24.03 Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS) - AC24.04 Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale 	
<p>Niveau 3 Concevoir les moyens de communication selon une logique éditoriale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC34.01 Réaliser un audit des moyens de communication - AC34.02 Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus - AC34.03 Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels - AC34.04 Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM) - AC34.05 Garantir le respect des objectifs: coûts, qualité, délais 	

Compétence Piloter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

Piloter	<p>Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)</p> <ul style="list-style-type: none">- CE5.01 En identifiant les besoins spécifiques des parties prenantes- CE5.02 En répondant aux besoins à l'aide de méthodologies et d'outils- CE5.03 En optimisant les solutions proposées au regard des contraintes techniques, budgétaires, humaines, organisationnelles, juridiques- CE5.04 En effectuant un suivi quantitatif et qualitatif des actions- CE5.05 En s'inscrivant dans la stratégie de communication- CE5.06 En intégrant les enjeux éthiques dans la relation
Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En situation de relation sociale ou associativeEn situation de relation commerciale ou financièreEn situation de relation avec les publics ou les institutions territorialesEn situation de gestion et d'animation de communauté numérique
Niveaux	Apprentissages critiques
Niveau 1 Initier la relation par la connaissance des parties prenantes et de leur environnement	<ul style="list-style-type: none">- AC15.01 Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données- AC15.02 Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet- AC15.03 Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées
Niveau 2 Gérer les relations courantes avec les parties prenantes	<ul style="list-style-type: none">- AC25.01 Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité- AC25.02 Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)- AC25.03 Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants- AC25.04 Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication
Niveau 3 Coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme	<ul style="list-style-type: none">- AC35.01 Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme- AC35.02 Adapter les procédures lors d'une situation de changement- AC35.03 Piloter des démarches d'amélioration continue- AC35.04 Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

2. Parcours : Information numérique dans les organisations

Référentiel de compétences

Référentiel de compétences du B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

<h3>Décrypter</h3>	<p>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales - CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) - CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions - CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle - CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
<h3>Partager</h3>	<p>Informier et communiquer au sein des organisations</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères - CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels - CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes - CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
<h3>Déployer</h3>	<p>Déployer un environnement informationnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En identifiant les besoins des organisations et des usagers - CE3.02 En définissant les politiques d'accès à l'information numérique - CE3.03 En concevant un projet de gestion de l'information documentaire interne et/ou externe de l'organisation
<h3>Veiller</h3>	<p>Concevoir une démarche de veille</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En connaissant/identifiant toutes les sources et les techniques de recherche d'informations - CE4.02 En concevant un système de veille avec les outils adaptés - CE4.03 En participant à l'intelligence collective de l'organisation
<h3>Valoriser</h3>	<p>Valoriser l'information numérique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE5.01 En concevant et en animant un réseau social entreprise - CE5.02 En rédigeant et en faisant évoluer les contenus selon les besoins et les règles de référencement - CE5.03 En formalisant une stratégie numérique de valorisation de l'information

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

Décrypter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Déployer	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisationDans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information
Veiller	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisationDans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information
Valoriser	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisationDans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

Les niveaux de développement des compétences

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Décrypter	Partager	Déployer	Veiller	Valoriser
<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Informier et communiquer en contexte pré-professionnel</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Evaluer la circulation de l'information dans son organisation</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Rechercher, qualifier et caractériser des sources pertinentes</p>	
<p>Niveau 2</p> <p>Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Mettre en place un projet de partage d'information</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Concevoir et implémenter un processus de veille</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Structurer le contenu informationnel</p>
<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation</p>		<p>Niveau 3</p> <p>Conduire une politique d'accès à l'information et de gestion de l'information</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Contribuer au pilotage stratégique de l'organisation</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Promouvoir le contenu informationnel</p>

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none">- CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales- CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)- CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions- CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle- CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC11.01 Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal- AC11.02 Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines- AC11.03 Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Niveau 2 Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC21.01 Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service- AC21.02 Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production- AC21.03 Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	
Niveau 3 Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation	<ul style="list-style-type: none">- AC31.01 Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions- AC31.02 Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions- AC31.03 Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Partager	Informier et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none">- CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères- CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels- CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes- CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	<ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication- AC12.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle- AC12.03 Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication- AC12.04 Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Niveau 2 Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)	<ul style="list-style-type: none">- AC22.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande- AC22.03 Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels- AC22.04 S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils- AC22.05 Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	

Compétence Déployer

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

<p>Déployer</p>	<p>Déployer un environnement informationnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En identifiant les besoins des organisations et des usagers - CE3.02 En définissant les politiques d'accès à l'information numérique - CE3.03 En concevant un projet de gestion de l'information documentaire interne et/ou externe de l'organisation
<p>Situations professionnelles</p> <p>Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation</p> <p>Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information</p>		
<p>Niveaux</p>		<p>Apprentissages critiques</p>
<p>Niveau 1 Evaluer la circulation de l'information dans son organisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC13.01 Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation - AC13.02 Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers - AC13.03 Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés - AC13.04 Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités - AC13.05 Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information 	
<p>Niveau 2 Mettre en place un projet de partage d'information</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC23.01 Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination - AC23.02 Concevoir une base de données - AC23.03 Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès - AC23.04 Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information 	
<p>Niveau 3 Conduire une politique d'accès à l'information et de gestion de l'information</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AC33.01 Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes - AC33.02 Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle - AC33.03 Évaluer la littératie numérique des usagers - AC33.04 Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances - AC33.05 Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires 	

Compétence Veiller

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations

Veiller

Concevoir une démarche de veille

- CE4.01 | En connaissant/identifiant toutes les sources et les techniques de recherche d'informations
- CE4.02 | En concevant un système de veille avec les outils adaptés
- CE4.03 | En participant à l'intelligence collective de l'organisation

Situations professionnelles

Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation
Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

Niveaux

Niveau 1 Rechercher, qualifier et caractériser des sources pertinentes

- #### Apprentissages critiques
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
 - AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
 - AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Niveau 2 Concevoir et implémenter un processus de veille

- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique

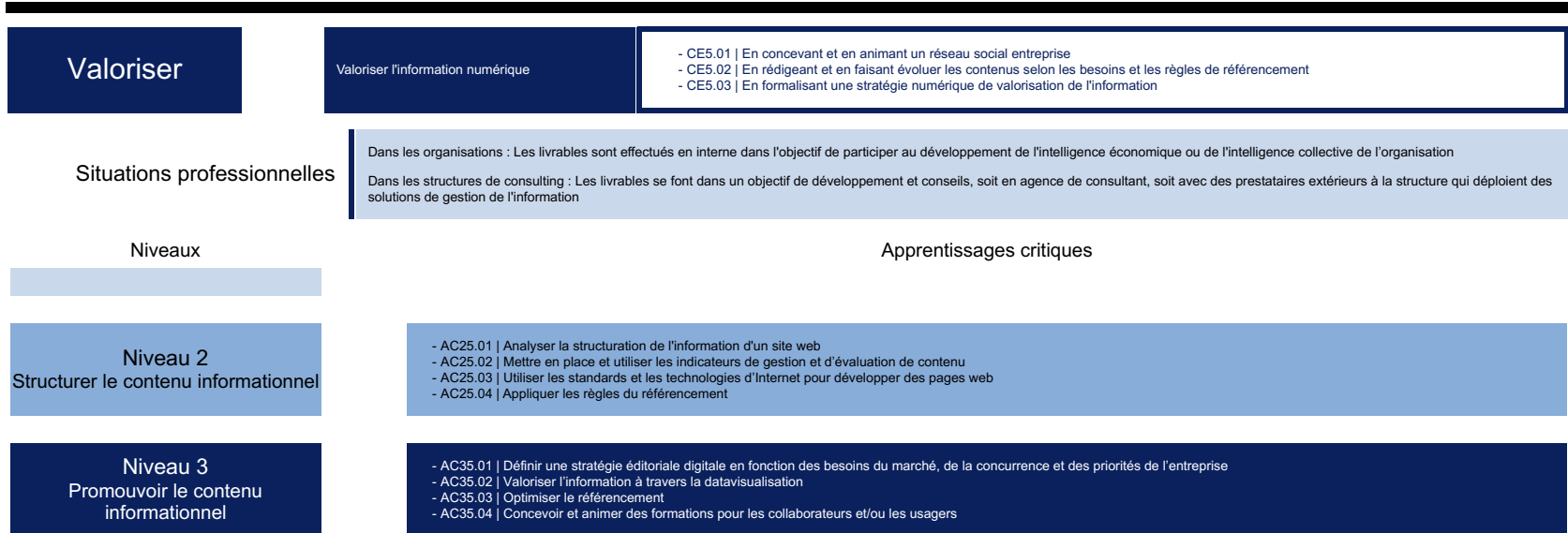
Niveau 3 Contribuer au pilotage stratégique de l'organisation

- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative

Compétence Valoriser

B.U.T. Information-Communication

Parcours Information numérique dans les organisations



3. Parcours : Journalisme

Référentiel de compétences

Référentiel de compétences du B.U.T. Information-Communication

Parcours Journalisme

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> - CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales - CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) - CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions - CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle - CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
Partager	Informer et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none"> - CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères - CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels - CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes - CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Garantir	Garantir une information indépendante qui participe au débat public	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En se référant aux chartes nationales et internationales publiées par les organisations professionnelles et en prenant en compte le contexte - CE3.02 En identifiant les situations d'ingérence ou d'influence (économique, politique...) et les risques de censure et d'auto-censure - CE3.03 En repérant les interlocuteurs privilégiés en cas de manquement aux règles de déontologie - CE3.04 En adoptant une posture éthique non stigmatisante (déconstruction des clichés et des stéréotypes, égalité hommes-femmes, sensibilisation aux discriminations liées au genre, au sexe, à la religion, aux origines ethniques)
Chercher	Chercher les données utiles à la production de l'information	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En tenant compte des contextes et des enjeux - CE4.02 En identifiant les sources d'information - CE4.03 En vérifiant la fiabilité des informations - CE4.04 En recoupant les sources d'information - CE4.05 En respectant les codes de déontologie notamment en matière de vie privée
Produire	Produire une information construite	<ul style="list-style-type: none"> - CE5.01 En s'adaptant aux spécificités des différentes écritures journalistiques (print, radio, télévision, web) - CE5.02 En mobilisant les compétences techniques nécessaires à la production de l'information (maquettage, prises de vue, montage, infographie...) - CE5.03 En tenant compte des contraintes organisationnelles des différents médias - CE5.04 En participant à l'élaboration d'une ligne éditoriale - CE5.05 En tenant compte des différents publics
Valoriser²	Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage	<ul style="list-style-type: none"> - CE6.01 En gérant en direct ou en différé les flux d'information sortants - CE6.02 En protégeant les données et les sources - CE6.03 En gérant son identité personnelle et professionnelle en tant que journaliste (ex : utilisation des réseaux sociaux, e-réputation...) - CE6.04 En s'appuyant sur les techniques de référencement - CE6.05 En respectant le droit de l'information

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

Décrypter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Garantir	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En conférence de rédactionEn conférence de presse et en interaction avec les chargés de relations publiquesSur le terrainEn deskDans le processus de production et de diffusion de l'information
Chercher	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Sur le terrainEn desk
Produire	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Production d'un contenu éditorial pour la presse écriteProduction d'un contenu éditorial pour la radioProduction d'un contenu éditorial pour la télévisionProduction d'un contenu éditorial pour le web
Valoriser2	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En situation de diffusion de l'information

Les niveaux de développement des compétences

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Décrypter	Partager	Garantir	Chercher	Produire	Valoriser2
<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Informier et communiquer en contexte pré-professionnel</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Identifier les droits et devoirs des journalistes</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Collecter</p>	<p>Niveau 1</p> <p>S'approprier les bases des écritures journalistiques</p>	
<p>Niveau 2</p> <p>Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Gérer les situations conflictuelles et défendre la liberté d'informer</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Enquêter</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Approfondir la maîtrise des écritures journalistique</p>	<p>Niveau 2</p> <p>S'inscrire dans un cadre de diffusion</p>
<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation</p>				<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les écritures à un projet éditorial</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Déployer une stratégie de diffusion</p>

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Décrypter

Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

- CE1.01 | En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales
- CE1.02 | En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
- CE1.03 | En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions
- CE1.04 | En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle
- CE1.05 | En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes

Situations professionnelles

- Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie
- Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires
- En direction des publics, usagers, clients

Niveaux

Niveau 1

Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations

Apprentissages critiques

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Niveau 2

Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation

Niveau 3

Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Partager	Informier et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none">- CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères- CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels- CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes- CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	<ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication- AC12.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle- AC12.03 Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication- AC12.04 Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Niveau 2 Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)	<ul style="list-style-type: none">- AC22.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande- AC22.03 Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels- AC22.04 S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils- AC22.05 Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	

Compétence Garantir

B.U.T. Information-Communication

Parcours Journalisme

Garantir	Garantir une information indépendante qui participe au débat public	<ul style="list-style-type: none">- CE3.01 En se référant aux chartes nationales et internationales publiées par les organisations professionnelles et en prenant en compte le contexte- CE3.02 En identifiant les situations d'ingérence ou d'influence (économique, politique...) et les risques de censure et d'auto-censure- CE3.03 En repérant les interlocuteurs privilégiés en cas de manquement aux règles de déontologie- CE3.04 En adoptant une posture éthique non stigmatisante (déconstruction des clichés et des stéréotypes, égalité hommes-femmes, sensibilisation aux discriminations liées au genre, au sexe, à la religion, aux origines ethniques)
Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En conférence de rédactionEn conférence de presse et en interaction avec les chargés de relations publiquesSur le terrainEn deskDans le processus de production et de diffusion de l'information	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Identifier les droits et devoirs des journalistes	<ul style="list-style-type: none">- AC13.01 Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique- AC13.02 Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes- AC13.03 Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme- AC13.04 Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence- AC13.05 Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)	
Niveau 2 Gérer les situations conflictuelles et défendre la liberté d'informer	<ul style="list-style-type: none">- AC23.01 Qualifier les manquements à la déontologie- AC23.02 Assimiler le droit des médias- AC23.03 Repérer les organisations de défense des droits des journalistes- AC23.04 Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes- AC23.05 Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités	

Compétence Chercher

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Chercher	Chercher les données utiles à la production de l'information	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En tenant compte des contextes et des enjeux - CE4.02 En identifiant les sources d'information - CE4.03 En vérifiant la fiabilité des informations - CE4.04 En recoupant les sources d'information - CE4.05 En respectant les codes de déontologie notamment en matière de vie privée
Situations professionnelles	Sur le terrain En desk	
Niveaux Niveau 1 Collecter	Apprentissages critiques <ul style="list-style-type: none"> - AC14.01 Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels - AC14.02 Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images) - AC14.03 Réaliser une interview - AC14.04 Utiliser les bases du fact-checking - AC14.05 Assurer un suivi de l'actualité - AC14.06 Concevoir un système de veille informationnelle - AC14.07 Protéger les diverses sources d'information 	
Niveau 2 Enquêter	<ul style="list-style-type: none"> - AC24.01 Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels - AC24.02 Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data) - AC24.03 Recouper les informations et approfondir les vérifications - AC24.04 Rechercher l'information en milieu hostile - AC24.05 Utiliser les outils de techniques d'enquête - AC24.06 Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données 	

Compétence Produire

B.U.T. Information-Communication

Parcours Journalisme

Produire	Produire une information construite	<ul style="list-style-type: none">- CE5.01 En s'adaptant aux spécificités des différentes écritures journalistiques (print, radio, télévision, web)- CE5.02 En mobilisant les compétences techniques nécessaires à la production de l'information (maquettage, prises de vue, montage, infographie...)- CE5.03 En tenant compte des contraintes organisationnelles des différents médias- CE5.04 En participant à l'élaboration d'une ligne éditoriale- CE5.05 En tenant compte des différents publics
Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Production d'un contenu éditorial pour la presse écriteProduction d'un contenu éditorial pour la radioProduction d'un contenu éditorial pour la télévisionProduction d'un contenu éditorial pour le web	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 S'approprier les bases des écritures journalistiques	<ul style="list-style-type: none">- AC15.01 Assimiler la notion d'angle en journalisme- AC15.02 S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information- AC15.03 S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)- AC15.04 Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible- AC15.05 Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)	
Niveau 2 Approfondir la maîtrise des écritures journalistiques	<ul style="list-style-type: none">- AC25.01 Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports- AC25.02 Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique- AC25.03 Développer les compétences techniques- AC25.04 Mettre en forme des données par datavisualisation	
Niveau 3 Intégrer les écritures à un projet éditorial	<ul style="list-style-type: none">- AC35.01 Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)- AC35.02 Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)- AC35.03 Optimiser les techniques journalistiques	

Compétence Valoriser2

B.U.T. Information-Communication Parcours Journalisme

Valoriser2	Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage	<ul style="list-style-type: none">- CE6.01 En gérant en direct ou en différé les flux d'information sortants- CE6.02 En protégeant les données et les sources- CE6.03 En gérant son identité personnelle et professionnelle en tant que journaliste (ex : utilisation des réseaux sociaux, e-réputation...)- CE6.04 En s'appuyant sur les techniques de référencement- CE6.05 En respectant le droit de l'information
Situations professionnelles	En situation de diffusion de l'information	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 2 S'inscrire dans un cadre de diffusion	<ul style="list-style-type: none">- AC26.01 S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information- AC26.02 Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"- AC26.03 S'approprier les outils de référencement (SEO)- AC26.04 Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources	
Niveau 3 Déployer une stratégie de diffusion	<ul style="list-style-type: none">- AC36.01 Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion- AC36.02 Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique- AC36.03 Développer l'e-réputation- AC36.04 Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (TweetDeck...)	

4. Parcours : Métiers du livre et du patrimoine

Référentiel de compétences

Référentiel de compétences du B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

<h3>Décrypter</h3>	<p>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales - CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) - CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions - CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle - CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
<h3>Partager</h3>	<p>Informier et communiquer au sein des organisations</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères - CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels - CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes - CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
<h3>Développer</h3>	<p>Développer une offre culturelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En construisant une culture générale et une connaissance spécifique des domaines culturels - CE3.02 En tenant compte de l'écosystème des organisations culturelles et des politiques culturelles - CE3.03 En répondant aux besoins des publics et des marchés - CE3.04 En intégrant les singularités des territoires et des stratégies d'établissement
<h3>Organiser</h3>	<p>Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En mettant l'offre de formation à disposition des publics ou des clients - CE4.02 En réalisant une stratégie de communication adaptée - CE4.03 En mettant en œuvre des services, des animations ou une stratégie de vente
<h3>Gérer</h3>	<p>Gérer une organisation culturelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE5.01 En respectant les logiques et les valeurs inhérentes aux métiers du livre et du patrimoine - CE5.02 En mobilisant des ressources financières et humaines - CE5.03 En structurant et animant un réseau professionnel - CE5.04 En respectant le cadre et les règles financières, administratives et légales

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

Décrypter	Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients
Développer	Situations professionnelles	Dans des organisations privées Dans des organisations publiques
Organiser	Situations professionnelles	Dans des organisations privées Dans des organisations publiques
Gérer	Situations professionnelles	Dans des organisations privées Dans des organisations publiques

Les niveaux de développement des compétences

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Décrypter	Partager	Développer	Organiser	Gérer
<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Informier et communiquer en contexte pré-professionnel</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Contribuer au développement d'une offre culturelle</p>	<p>Niveau 1</p> <p>S'approprier des dispositifs de médiation</p>	
<p>Niveau 2</p> <p>Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Développer une offre culturelle en réponse à une demande</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Mettre en œuvre les dispositifs de médiation</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Participer au fonctionnement d'une organisation en mobilisant les ressources et compétences nécessaires</p>
<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation</p>		<p>Niveau 3</p> <p>Inventer une offre culturelle innovante</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Concevoir les dispositifs de médiation</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Manager des ressources et des équipes en fonction de la politique de l'organisation culturelle et de son adaptation à l'environnement</p>

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none">- CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales- CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)- CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions- CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle- CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC11.01 Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal- AC11.02 Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines- AC11.03 Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Niveau 2 Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC21.01 Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service- AC21.02 Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production- AC21.03 Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	
Niveau 3 Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation	<ul style="list-style-type: none">- AC31.01 Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions- AC31.02 Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions- AC31.03 Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Partager	Informier et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none">- CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères- CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels- CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes- CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	<ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication- AC12.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle- AC12.03 Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication- AC12.04 Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Niveau 2 Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)	<ul style="list-style-type: none">- AC22.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande- AC22.03 Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels- AC22.04 S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils- AC22.05 Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	

Compétence Développer

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Développer	Développer une offre culturelle	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En construisant une culture générale et une connaissance spécifique des domaines culturels - CE3.02 En tenant compte de l'écosystème des organisations culturelles et des politiques culturelles - CE3.03 En répondant aux besoins des publics et des marchés - CE3.04 En intégrant les singularités des territoires et des stratégies d'établissement
Situations professionnelles		Dans des organisations privées Dans des organisations publiques
Niveaux		Apprentissages critiques
Niveau 1 Contribuer au développement d'une offre culturelle	<ul style="list-style-type: none"> - AC13.01 Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique - AC13.02 Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine) - AC13.03 Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre - AC13.04 Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports 	
Niveau 2 Développer une offre culturelle en réponse à une demande	<ul style="list-style-type: none"> - AC23.01 Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles - AC23.02 Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature - AC23.03 Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels) - AC23.04 Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales - AC23.05 Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue - AC23.06 Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...) 	
Niveau 3 Inventer une offre culturelle innovante	<ul style="list-style-type: none"> - AC33.01 Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante - AC33.02 Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés - AC33.03 Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication - AC33.04 Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international 	

Compétence Organiser

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Organiser	Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En mettant l'offre de formation à disposition des publics ou des clients - CE4.02 En réalisant une stratégie de communication adaptée - CE4.03 En mettant en œuvre des services, des animations ou une stratégie de vente
Situations professionnelles	Dans des organisations privées Dans des organisations publiques	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 S'approprier des dispositifs de médiation	<ul style="list-style-type: none"> - AC14.01 Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisissant globalement les enjeux pour les usages professionnels) - AC14.02 Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.) - AC14.03 Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme - AC14.04 Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés 	
Niveau 2 Mettre en œuvre les dispositifs de médiation	<ul style="list-style-type: none"> - AC24.01 Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées) - AC24.02 Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes - AC24.03 Elaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur - AC24.04 Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics 	
Niveau 3 Concevoir les dispositifs de médiation	<ul style="list-style-type: none"> - AC34.01 Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.) - AC34.02 Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats - AC34.03 Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles 	

Compétence Gérer

B.U.T. Information-Communication

Parcours Métiers du livre et du patrimoine



5. Parcours : Publicité

Référentiel de compétences

Référentiel de compétences du B.U.T. Information-Communication

Parcours Publicité

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

<h3>Décrypter</h3>	<p>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales - CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) - CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions - CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle - CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
<h3>Partager</h3>	<p>Informier et communiquer au sein des organisations</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères - CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels - CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes - CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
<h3>Comprendre</h3>	<p>Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE3.01 En prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque - CE3.02 En définissant la stratégie marketing - CE3.03 En mettant en œuvre la phase de marketing opérationnel et les outils préconisés
<h3>Concevoir 2</h3>	<p>Concevoir des solutions créatives et innovantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE4.01 En définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité - CE4.02 En élaborant des concepts créatifs et innovants - CE4.03 En produisant des solutions créatives adaptées
<h3>Déployer²</h3>	<p>Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CE5.01 En s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée - CE5.02 En architecturant une stratégie des moyens publicitaires - CE5.03 En respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales - CE5.04 En accompagnant le client et en proposant des outils d'évaluation de la stratégie

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

Décrypter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchieDans un réseau professionnel de prestataires et partenairesEn direction des publics, usagers, clients
Comprendre	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans le cadre d'une étude de marché et d'un diagnostic marketingA l'occasion de la gestion d'un portefeuille produitsSans une logique prospective en matière de tendances et de comportement consommateur
Concevoir 2	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">En réponse à un brief créatifDans le cadre de la communication de marqueDans une logique de déclinaison plurimédias (hors et en ligne)
Déployer2	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">Dans le cadre de l'élaboration de la stratégie de communication d'une marqueEn situation d'exploitation et de valorisation des espaces au sein d'une agence média ou d'une régieEn situation de conseil commercial et stratégique au sein d'une agence ou chez l'annonceur

Les niveaux de développement des compétences

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Décrypter	Partager	Comprendre	Concevoir 2	Déployer2
<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Informier et communiquer en contexte pré-professionnel</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Appréhender le marché et comprendre les enjeux marketing d'une marque</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre les outils et les méthodes de la création publicitaire</p>	<p>Niveau 1</p> <p>Découvrir le domaine de la publicité et des marques et caractériser un contexte</p>
<p>Niveau 2</p> <p>Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Élaborer une stratégie et développer des outils</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Créer des messages publicitaire</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Construire et mettre en œuvre une campagne</p>
<p>Niveau 3</p> <p>Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation</p>			<p>Niveau 3</p> <p>Réaliser des produits et supports de communication publicitaire</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Évaluer l'ensemble des actions et conseiller l'annonceur</p>

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Publicité

Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none">- CE1.01 En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales- CE1.02 En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)- CE1.03 En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions- CE1.04 En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle- CE1.05 En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes
Situations professionnelles Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients		
Niveaux		
Niveau 1 Comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations	Apprentissages critiques <ul style="list-style-type: none">- AC11.01 Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal- AC11.02 Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines- AC11.03 Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Niveau 2 Analyser et mettre œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations	<ul style="list-style-type: none">- AC21.01 Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service- AC21.02 Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production- AC21.03 Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	
Niveau 3 Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation	<ul style="list-style-type: none">- AC31.01 Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions- AC31.02 Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions- AC31.03 Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Partager	Informier et communiquer au sein des organisations	<ul style="list-style-type: none">- CE2.01 En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères- CE2.02 En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels- CE2.03 En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes- CE2.04 En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines
Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	<ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication- AC12.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle- AC12.03 Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication- AC12.04 Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Niveau 2 Informier et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)	<ul style="list-style-type: none">- AC22.02 Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande- AC22.03 Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels- AC22.04 S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils- AC22.05 Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	

Compétence Comprendre

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Comprendre	Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes	<ul style="list-style-type: none">- CE3.01 En prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque- CE3.02 En définissant la stratégie marketing- CE3.03 En mettant en œuvre la phase de marketing opérationnel et les outils préconisés
Situations professionnelles	Dans le cadre d'une étude de marché et d'un diagnostic marketing A l'occasion de la gestion d'un portefeuille produits Sans une logique prospective en matière de tendances et de comportement consommateur	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Appréhender le marché et comprendre les enjeux marketing d'une marque	<ul style="list-style-type: none">- AC13.01 Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat- AC13.02 Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente- AC13.03 Comprendre et qualifier une identité de marque- AC13.04 Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients	
Niveau 2 Élaborer une stratégie et développer des outils	<ul style="list-style-type: none">- AC23.01 Concevoir une stratégie marketing- AC23.02 Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)- AC23.03 Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité	

Compétence Concevoir 2

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Concevoir 2	Concevoir des solutions créatives et innovantes	<ul style="list-style-type: none">- CE4.01 En définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité- CE4.02 En élaborant des concepts créatifs et innovants- CE4.03 En produisant des solutions créatives adaptées
Situations professionnelles	<p>En réponse à un brief créatif</p> <p>Dans le cadre de la communication de marque</p> <p>Dans une logique de déclinaison plurimédias (hors et en ligne)</p>	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Comprendre les outils et les méthodes de la création publicitaire	<ul style="list-style-type: none">- AC14.01 S'initier aux méthodes de créativité- AC14.02 User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)- AC14.03 Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia- AC14.04 Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques	
Niveau 2 Créer des messages publicitaire	<ul style="list-style-type: none">- AC24.01 Utiliser les méthodes de la stratégie de création- AC24.02 Développer la créativité et le sens esthétique- AC24.03 Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique- AC24.04 Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif	
Niveau 3 Réaliser des produits et supports de communication publicitaire	<ul style="list-style-type: none">- AC34.01 Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur- AC34.02 Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)- AC34.03 Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique- AC34.04 Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)	

Compétence Déployer2

B.U.T. Information-Communication Parcours Publicité

Déployer2	Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire	<ul style="list-style-type: none">- CE5.01 En s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée- CE5.02 En architecturant une stratégie des moyens publicitaires- CE5.03 En respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales- CE5.04 En accompagnant le client et en proposant des outils d'évaluation de la stratégie
Situations professionnelles	Dans le cadre de l'élaboration de la stratégie de communication d'une marque En situation d'exploitation et de valorisation des espaces au sein d'une agence média ou d'une régie En situation de conseil commercial et stratégique au sein d'une agence ou chez l'annonceur	
Niveaux	Apprentissages critiques	
Niveau 1 Découvrir le domaine de la publicité et des marques et caractériser un contexte	<ul style="list-style-type: none">- AC15.01 Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports- AC15.02 Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires- AC15.03 Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur- AC15.04 Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité	
Niveau 2 Construire et mettre en œuvre une campagne	<ul style="list-style-type: none">- AC25.01 Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données- AC25.02 Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent- AC25.03 Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)- AC25.04 Budgétiser une campagne- AC25.05 Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges	
Niveau 3 Évaluer l'ensemble des actions et conseiller l'annonceur	<ul style="list-style-type: none">- AC35.01 Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires- AC35.02 Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)- AC35.03 Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur- AC35.04 Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque	

Troisième partie

Référentiel de formation

Chapitre 1.

Cadre général

1. L'alternance

Le diplôme de B.U.T. Information-Communication, quand il est préparé en alternance, s'appuie sur le même référentiel de compétences et sur le même référentiel de formation avec un principe de réduction du volume horaire global (heures de formation et heures de projet) de 20% en première année, de 20% en deuxième année, et de 20% en troisième année.

2. Les situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

Les SAÉ permettent l'évaluation en situation de la compétence. Cette évaluation est menée en correspondance avec l'ensemble des éléments structurants le référentiel, et s'appuie sur la démarche portfolio, à savoir une démarche de réflexion et de démonstration portée par l'étudiant lui-même. Parce qu'elle répond à une problématique que l'on retrouve en milieu professionnel, une SAÉ est une tâche authentique.

En tant qu'ensemble d'actions, la SAÉ nécessite de la part de l'étudiant le choix, la mobilisation et la combinaison de ressources pertinentes et cohérentes avec les objectifs ciblés. L'enjeu d'une SAÉ est ainsi multiple :

- Participer au développement de la compétence ;
- Soutenir l'apprentissage et la maîtrise des ressources ;
- Intégrer l'autoévaluation par l'étudiant ;
- Permettre une individualisation des apprentissages.

Au cours des différents semestres de formation, l'étudiant sera confronté à plusieurs SAÉ qui lui permettront de développer et de mettre en œuvre chaque niveau de compétence ciblé dans le respect des composantes essentielles du référentiel de compétences et en cohérence avec les apprentissages critiques.

Les SAÉ peuvent mobiliser des heures issues des 1800 heures de formation et des 600 heures de projet. Les SAÉ prennent la forme de dispositifs pédagogiques variés, individuels ou collectifs, organisés dans un cadre universitaire ou extérieur, tels que des ateliers, des études, des challenges, des séminaires, des immersions au sein d'un environnement professionnel, des stages, etc.

3. La démarche portfolio

Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiant : de sa formation à son devenir en tant que professionnel.

Le portfolio soutient donc le développement des compétences et l'individualisation du parcours de formation.

Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité pour l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences qu'il acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences acquises ou en voie d'acquisition. Au sein du portfolio, l'étudiant documente et argumente sa trajectoire de développement en mobilisant et analysant des traces, et ainsi en apportant des preuves issues de l'ensemble de ses mises en situation professionnelle (SAÉ).

La démarche portfolio est un processus continu d'autoévaluation qui nécessite un accompagnement par l'ensemble des acteurs de l'équipe pédagogique. L'étudiant est guidé pour comprendre les éléments du référentiel de compétences, ses modalités d'appropriation, les mises en situation correspondantes et les critères d'évaluation.

4. Le projet personnel et professionnel

Présent à chaque semestre de la formation et en lien avec les réflexions de l'équipe pédagogique, le projet personnel et professionnel est un élément structurant qui permet à l'étudiant d'être l'acteur de sa formation, d'en comprendre et de s'en approprier les contenus, les objectifs et les compétences ciblées. Il assure également un accompagnement de l'étudiant dans sa propre définition d'une stratégie personnelle et dans la construction de son identité professionnelle, en cohérence avec les métiers et les situations professionnelles couverts par la spécialité "Information-Communication" et les parcours associés. Enfin, le PPP prépare l'étudiant à évoluer tout au long de sa vie professionnelle, en lui fournissant des méthodes d'analyse et d'adaptation aux évolutions de la société, des métiers et des compétences.

Par sa dimension personnelle, le PPP vise à :

- Induire chez l'étudiant un questionnement sur son projet et son parcours de formation ;
- Lui donner les moyens d'intégrer les codes du monde professionnel et socio-économique ;
- L'aider à se définir et à se positionner ;
- Le guider dans son évolution et son devenir ;
- Développer sa capacité d'adaptation.

Au plan professionnel, le PPP permet :

- Une meilleure appréhension des objectifs de la formation, du référentiel de compétences et du référentiel de formation ;
- Une connaissance exhaustive des métiers et perspectives professionnelles spécifiques à la spécialité et ses parcours ;
- L'usage contextualisé des méthodes et des outils en lien avec la démarche de recrutement, notamment dans le cadre d'une recherche de contrat d'alternance ou de stage ;
- La construction d'une identité professionnelle au travers des expériences de mise en situation professionnelle vécues pendant la formation.

Parce qu'ils participent tous deux à la professionnalisation de l'étudiant et en cela sont en dialogue, le PPP et la démarche portfolio ne doivent pourtant être confondus. Le PPP répond davantage à un objectif d'accompagnement qui dépasse le seul cadre des compétences à acquérir, alors que la démarche portfolio répond fondamentalement à des enjeux d'évaluation des compétences.

Chapitre 2.

Parcours : Communication des organisations

- 1. Structure générale des six semestres du parcours Communication des organisations**

Tableau de structure pour le B.U.T Information-Communication

Pour le parcours : Communication des organisations

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAé)	394	328	338	270	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	91	78	135	108	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	52	32	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	39	46	80	64	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	303	250	203	162	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	79	93	80	60	26	16	540
Nbre heures de tp à définir localement	12	14	45	35	45	35	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC																					Dés crypter					
																						AC11.01	AC11.02	AC11.03			
Partager	AC12.01		X																				X				
	AC12.02		X																				X				
	AC12.03		X																				X				
	AC12.04		X																				X				
Concevoir	AC13.01			X																							
	AC13.02																										
	AC13.03			X																							
	AC13.04			X																							
	AC13.05																										
Elaborer	AC14.01				X			X																			
	AC14.02				X			X																			
	AC14.03				X			X																			
	AC14.04																										
Piloter	AC15.01					X		X																	X		
	AC15.02																										
	AC15.03					X		X																	X		
Volume total						15	10	22	14	14	18	18	18	13	13	13	10	16	16	18	12	12	12	14	10	15	303
Dont TP						0	0	0	0	5	9	9	9	2	8	10	5	0	0	0	0	0	5	0	6	5	79
Adaptation Locale (SAE)		48																								48	
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)																										38	
TP Adaptation locale																										16	

2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association, ...)**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif. C'est aussi la phase d'audit d'une nouvelle organisation, soit futur partenaire, soit futur employeur.

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, la synthèse documentaire s'appuie sur l'identification et la sélection des sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.

L'audit met en lumière les dispositifs d'information et de communication de l'organisation qui paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Apprentissages critiques :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R1.02 | Histoire des médias
- R1.03 | Sciences de l'information et de la communication
- R1.04 | Études des organisations
- R1.05 | Recherche d'information et veille

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire un document d'accompagnement pour une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante** et **susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.

Mais aussi, de susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.

Apprentissages critiques :

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.06 | Anglais
- R1.07 | Langue vivante 2
- R1.08 | Expression écrite et orale
- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.10 | Informatique
- R1.11 | Web

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.COMOR.03 : Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Compétence ciblée :

- Concevoir une stratégie communication

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les stratégies de communication de deux organisations dans une démarche de veille concurrentielle ou dans la phase d'audit.**

Descriptif générique :

Il s'agit de développer une méthodologie d'analyse de stratégies de communication de deux organisations :

1/ Évoluant dans un même secteur ;

2/ Évoluant dans une même filière ;

3/ Aux statuts différents (organisations publique / privée, parapublique / publique, associative / privée...);

4/ Évoluant dans des aires géographiques différentes ;

5/ Issues d'un même groupe.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.COMOR.13 | Médias, usages et marchés
- R1.COMOR.14 | Organisations professionnelles
- R1.COMOR.15 | Communication des organisations
- R1.COMOR.16 | Gestion de projet
- R1.COMOR.17 | Culture graphique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.COMOR.04 : Produire un cahier des tendances

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un cahier de tendances correspondant au domaine et à la demande exprimée par le commanditaire.**

Descriptif générique :

En s'inscrivant dans une démarche de veille ou pour préparer une commande (achat d'art, brief créatif), il s'agit d'analyser la demande, d'identifier les sources dans lesquelles procéder à la collecte de visuels, d'organiser les choix de rubriques (par ex : typographies, couleurs, motifs, matières, ...).

Le travail aboutit à un livrable, une véritable réalisation personnelle qui peut être montrée en entretien d'embauche.

Déclinaisons possibles :

- tendances en design de logo/ergonomie/UX design, etc.
- tendances en communication éditoriale à partir d'une collecte de supports de communication d'annonceurs différents
- tendance sur les réseaux sociaux (storytelling, mèmes, social gaming, etc.)
- tendances audiovisuelles
- tendances graphiques

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC14.02 | Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. SAÉ 1.COMOR.05 : Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques

Compétence ciblée :

- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d' **analyser des pratiques d'usagers ou de parties prenantes par l'exploitation de jeux de données.**

Descriptif générique :

Le professionnel de la communication doit fonder ses choix stratégiques sur des études de parties prenantes basées sur des données quantitatives issues de sources internes ou externes.

Il faut alors recueillir des données, identifier leur structuration pour mettre au jour celles qui permettent de comprendre les processus qu'elles décrivent.

Il faut être attentif aux régularités comme aux anomalies, et expliciter sous forme écrite la compréhension des phénomènes observés.

Liste de livrables :

- Étude de données internes anonymisées (par exemple flux de candidatures à l'IUT)
- Étude de données externes (enquête client, pratiques culturelles des Français, profils utilisateurs de plateformes, Open-Data, etc.)

Apprentissages critiques :

- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.COMOR.18 | Outils numériques de visualisation et infographie
- R1.COMOR.19 | Étude des publics et des marchés
- R1.COMOR.20 | Traitement des données
- R1.COMOR.21 | Écrit et oral spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 1, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition du niveau des compétences ciblé en première année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation.

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Ce premier niveau de la ressource permet de présenter aux étudiants des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux info-communicationnels du monde contemporain.

Cette ressource doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles et de pouvoir élaborer un plan média.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le premier niveau de cette ressource de définir les notions théoriques d'information et de communication, en s'appuyant sur des travaux fondateurs des sciences de l'information et de la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.

Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Organisations – Pouvoir et décisions – RSE / RSO – Développement durable – Stratégie globale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.

Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

Mots clés :

Recherche d'information – Veille informationnelle – Source d'information – Moteurs de recherche

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 5 heures de TP

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports).

Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Entretien – Aisance orale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.9. Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à créer des documents destinées à l'impression ou au web.

Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.

Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Formats d'image – Retouche d'image – Édition – Illustration – Mise en page

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.).
- Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé
- Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Traitement de texte – Présentation de type diaporama – Fonctionnement de base d'un ordinateur – Compétences numériques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Les objectifs principaux de cette ressource sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :

- Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne.
- Créer une newsletter.
- Utiliser une interface d'administration.
- Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site.
- Mettre en place une surveillance des performances du site.
- Découvrir les bases du référencement

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.02 | Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC14.02 | Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
- AC14.04 | Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple
- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.COMOR.13 : Médias, usages et marchés

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.03 | Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Identifier et différencier les secteurs et les marchés des médias, y compris numériques
- Identifier les critères pour choisir les médias adaptés au message et aux objectifs de communication
- S'interroger sur les publics des médias en fonction des destinataires B2B et/ou B2C visés
- Comprendre le système de mesures d'audience et sa relation au marché publicitaire
- S'initier au fonctionnement des agences médias et des régies (opérations spéciales)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)

Mots clés :

Médias – marchés – usages

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

2.3.14. Ressource R1.COMOR.14 : Organisations professionnelles

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.03 | Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Descriptif :

Cette ressource vise à familiariser les étudiants avec leur futur environnement professionnel, dont ils doivent pouvoir identifier les acteurs (entreprises, institutions, mais aussi organismes et associations professionnelles), la dynamique, les usages, notamment en matière de recrutement (marque employeur dans le privé comme dans le public).

On leur présentera les différents modes d'exercices de leurs fonctions, dans les différents secteurs et structures, et on posera les bases d'une démarche de veille informationnelle sur l'actualité du secteur de la communication, des technologies de l'Information et de la Communication et de l'économie des médias, à l'échelle nationale et internationale.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet

Mots clés :

Acteurs professionnels – veille informationnelle – positionnement professionnel

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

2.3.15. Ressource R1.COMOR.15 : Communication des organisations

Compétence ciblée :

- Concevoir une stratégie communication

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.03 | Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Descriptif :

L'étudiant sera capable d'analyser la situation de communication, d'identifier les marqueurs-clés de chaque catégorie d'organisation, de questionner leur articulation :

- Appréhender le champ de la communication des organisations
- Identifier les principaux enjeux de communication liés aux différentes catégories
- Appréhender les notions de communication interne et externe dans tout type d'organisation (publique, privée, associative).
- Identifier les différents types de communication des organisations (institutionnelle, corporate, commerciale, de recrutement, interne, etc.) dans leurs contextes.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables

Mots clés :

Fonction de communication – communication organisationnelle – communication interne – communication externe – communication institutionnelle – corporate

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

2.3.16. Ressource R1.COMOR.16 : Gestion de projet

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.03 | Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Descriptif :

La ressource aborde d'un point de vue méthodologique la conduite de projet.

Il s'agit d'apprendre à travailler en mode projet, à identifier les acteurs (maître d'ouvrage, maître d'œuvre, comité de pilotage, etc.), les ressources et les contraintes (coûts, délais, performance).

Elle permet de sensibiliser les étudiants à l'importance de la dynamique de groupe (motivation, implication, gestion de crise) pour créer une synergie permettant une amélioration continue du travail en mode projet.

Les étudiants seront invités à formaliser les étapes de leur travail collectif, en suivant par exemple les étapes suivantes :

- Analyse des besoins (de façon élémentaire)
- Rédaction d'un cahier des charges sommaire

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

mode projet – cahier des charges – analyse des besoins

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.17. Ressource R1.COMOR.17 : Culture graphique

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.03 | Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations

Descriptif :

Cette ressource vise à doter les étudiants d'une culture de l'image et du design, par une approche à la fois historique et thématique (histoire de l'art, iconologie ou études visuelles) des grandes tendances et enjeux artistiques et culturels (y compris contemporains) sur lesquels s'appuyer afin de réaliser des supports de communication adéquats selon les situations professionnelles.

Cette ressource prépare ainsi aux ressources relevant du visuel (PAO, sémiologie, communication visuelle).

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.02 | Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles

Mots clés :

Culture graphique – Esthétique – Design

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.18. Ressource R1.COMOR.18 : Outils numériques de visualisation et infographie

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.05 | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques

Descriptif :

La ressource vise à sensibiliser les étudiants aux fondamentaux de la représentation de données :

- se familiariser avec les grandes notions statistiques (pourcentage, moyenne, écart-type, médiane...) afin de maîtriser l'usage fait des données,
- connaître les différents types de graphes accessibles pour choisir le plus adapté à l'objectif de communication,
- utiliser différents outils numériques de visualisation de données,
- éditorialiser les graphes et en améliorer l'aspect (retouche),
- être en mesure de justifier ses choix graphiques.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples

Mots clés :

Statistique – graphiques – visualisation des données

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 5 heures de TP

2.3.19. Ressource R1.COMOR.19 : Étude des publics et des marchés

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.05 | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques

Descriptif :

La ressource invite à analyser la notion de public (voire de grand public), dans ses relations aux communautés et aux audiences, mais aussi de cible et de réception. On s’y intéressera également aux marchés et à leurs différentes segmentations.

Les étudiants se familiariseront avec la méthodologie d’une étude de publics (définition du sujet d’étude, benchmarking, choix des techniques d’enquête, mise en œuvre opérationnelle par exemple).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d’un projet

Mots clés :

Etude – Publics – Marchés

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.20. Ressource R1.COMOR.20 : Traitement des données

Compétence ciblée :

- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.05 | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques

Descriptif :

- Appliquer des traitements à des données pour les analyser et les interpréter avec un tableur.
 - Présenter les différents types, les principaux usages et les fondamentaux d'une base de données (types de données, clef primaire, relations...)
 - Créer une base de données relationnelle (concevoir la structure, créer des tables, remplir des tables) et formuler des requêtes simples.
 - Interpréter, synthétiser et présenter les données collectées dans une base de données.

Cette ressource est prolongée par "Outils numériques de visualisation et infographie"

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données

Mots clés :

Analyse – Données – Quantitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 6 heures de TP

2.3.21. Ressource R1.COMOR.21 : Écrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.COMOR.05 | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques

Descriptif :

Cette ressource accompagne les étudiants dans la valorisation de leurs présentations.

À l'aide de méthodes, d'outils et de formats spécifiques, les étudiants sont amenés à se présenter et à présenter leurs projets à l'oral en français et en langue vivante, dans un objectif de conviction.

Au-delà de l'expression, il s'agit d'apprendre à susciter l'intérêt et à retenir l'attention du public visé, en travaillant le dynamisme, la concision et la justesse des formulations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

Présentation orale et écrite – Valorisation des contenus – Langues vivantes

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 5 heures de TP

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAE 2.02 Décrire l'environnement socio-économique et l'usage d'une organisation	SAE 2.COMOR.03 Réaliser un p de communication	SAE 2.COMOR.04 Produire une chronique audiovisuelle	STAGE.COMOR Stage COMOR	PORTFOLIO Portfolio COMOR S	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie ...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.COMOR.11 Plan de communication	R2.COMOR.12 Compétence des consommateurs	R2.COMOR.13 Création graphique	R2.COMOR.14 Audiovisuel spécifique	R2.COMOR.15 Etude des besoins des parties prenantes	R2.COMOR.16 Gestion de projet		
Décrypter	AC11.01	X	X			X	X	X	X	X	X						X								
	AC11.02					X	X										X								
	AC11.03					X	X		X								X								
Partager	AC12.01	X				X	X										X								
	AC12.02		X			X	X					X	X	X	X		X								
	AC12.03					X	X										X								
	AC12.04	X				X	X									X	X								
Concevoir	AC13.01			X		X	X										X								
	AC13.02			X		X	X										X	X							
	AC13.03			X		X	X										X		X						
	AC13.04			X		X	X										X	X	X						
	AC13.05			X		X	X										X							X	
Elaborer	AC14.01				X	X	X										X								
	AC14.02					X	X										X								
	AC14.03				X	X	X										X			X					
	AC14.04				X	X	X										X				X				
Piloter	AC15.01			X		X	X										X								
	AC15.02			X		X	X										X						X	X	
	AC15.03			X		X	X										X						X	X	
Volume total							18	18	20	14	20	20	20	20	15	15	10	17	13	13	11	15	11	250	
Dont TP							0	0	0	0	6	6	6	6	6	0	5	10	9	13	11	15	6	93	
Adaptation Locale (SAE)					38																				38
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)													48												48
TP Adaptation locale													16												16

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (affiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'usagers ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.COMOR.03 : Réaliser un plan de communication

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un plan de communication avec donneur d'ordre : entreprise, institution, association, réseaux ou groupements...**

Descriptif générique :

Il s'agit d'expérimenter une démarche de plan de communication, exercice phare du responsable de communication, articulant des compétences stratégiques mais également de relation client :

- la prise en charge des spécificités du donneur d'ordre (concrétisée par la prise ou l'analyse de brief, et la relation client le cas échéant, qui inclut la présentation et la défense des propositions faites) ;
- la phase d'étude (caractérisée par une analyse de ses besoins et celle du positionnement de la concurrence) ;
- la phase proprement stratégique qui consiste à élaborer, planifier et budgéter dans ses grandes lignes une stratégie incluant des pistes de moyens (qu'il ne sera pas demandé de produire).

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.02 | Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.COMOR.11 | Plan de communication
- R2.COMOR.12 | Comportement des consommateurs
- R2.COMOR.13 | Création graphique
- R2.COMOR.15 | Etude des besoins des parties prenantes
- R2.COMOR.16 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.COMOR.04 : Produire une chronique audiovisuelle

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire de courtes séquences de contenu audiovisuel natif, ou destiné aux médias sociaux, pour rendre compte d'un événement ou d'un phénomène, en français et en langue étrangère.**

Descriptif générique :

Il s'agit de se placer dans une démarche de content management, community management, en étudiant avec soin le positionnement, les séquences à retenir, le ton à employer, afin d'éditorialiser l'information pour la rendre agréable au public.

Livrables possibles : Chronique d'événement interculturel (type Eurovision, festivals...), Chronique d'événement télévisé, Chronique d'événement local, sur site, Podcast, Chronique radio, Vidéo courte, Reportage bref

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
- AC14.04 | Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.COMOR.14 | Audiovisuel spécifique
- R2.COMOR.16 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. STAGE.COMOR : Stage COMOR S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs ;
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production ;
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles ;
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles ;
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.02 | Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC14.02 | Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
- AC14.04 | Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple
- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblées, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.COMOR | Stage COMOR S2
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
- AC13.02 | Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC14.01 | Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC14.02 | Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
- AC14.04 | Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple
- AC15.01 | Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.COMOR.11 : Plan de communication

Compétence ciblée :

- Concevoir une stratégie communication

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.03 | Réaliser un plan de communication

Descriptif :

Dans le cadre d'une réflexion sur la communication d'une organisation, les étudiants apprennent à :

- définir le cadre d'un problème de communication,
- produire des études sur les clients/publics/usagers et le secteur,
- produire une recommandation incluant une analyse des besoins de l'organisation, du positionnement de la concurrence, une orientation stratégique et des idées de moyens.

Cela leur permet :

- de s'essayer à la prise de parole pour convaincre et de produire un premier dossier de recommandation.
- de proposer des outils d'information et de communication pertinents au regard du contexte et des objectifs de la communication
- d'identifier et distinguer les publics-cibles spécifiques à chaque catégorie
- d'identifier les différents outils d'information et de communication mobilisés dans les organisations

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.02 | Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables

Mots clés :

Communication organisationnelle – communication externe ou interne – communication institutionnelle – corporate – recommandation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 10 heures de TP

3.3.12. Ressource R2.COMOR.12 : Comportement des consommateurs

Compétence ciblée :

- Concevoir une stratégie communication

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.03 | Réaliser un plan de communication

Descriptif :

La consommation peut être appréhendée dans sa dimension individuelle et collective.

Cette ressource s'intéresse aux parcours d'achat, aux variables individuelles, aux styles de vie, aux usages, aux obligations, aux représentations sociales et aux types d'influences liés à la consommation de masse.

Divers modèles se fondant sur une approche pluridisciplinaire (sociologie, psychologie, économie, marketing, neuromarketing...) permettent de comprendre les comportements des consommateurs, à partir de théories, d'enquêtes et d'études de cas..

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- AC13.04 | Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables

Mots clés :

Consommation – modèles de consommateur – usages – modes de vie – parcours d'achat

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 9 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.COMOR.13 : Création graphique

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.03 | Réaliser un plan de communication

Descriptif :

Cette ressource permet de connaître la chaîne graphique et ses acteurs, de la conception à la réalisation finale d'un document destiné à l'impression ou à une diffusion sous forme numérique (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information).

Il s'agit de connaître les normes et les techniques infographiques. L'utilisation de logiciels de PAO spécialisés (pour l'édition, l'illustration, la mise en page) donnera lieu à diverses créations graphiques basées sur des connaissances techniques, professionnelles et culturelles (logotypes, pictogrammes, affiches, flyers, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.03 | Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples

Mots clés :

création graphique – PAO – chaîne graphique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 13 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.COMOR.14 : Audiovisuel spécifique

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.04 | Produire une chronique audiovisuelle

Descriptif :

Cette ressource vise à rendre les étudiants autonomes pour la conception et la production de séquences vidéos et audio simples :

- Être capable de choisir le matériel en fonction du projet tel que défini par le cahier des charges (image, son, éclairage)
- Pouvoir définir par anticipation les enjeux techniques et esthétiques du projet, effectuer les repérages requis en procédant à des essais (son et image), et préparer minutieusement la distribution des tâches dans l'équipe afin d'exploiter au mieux le temps de tournage.
- Effectuer des prises de vue et de son en studio et en extérieur
- Dérusher en confrontant la matière filmée ou enregistrée aux intentions initiales, afin de les réviser si nécessaire, dans le respect du cahier des charges.
- Maîtriser les principales fonctionnalités d'un logiciel de montage professionnel ou pré-professionnel.

Prérequis :

- R2.08 | Image et son

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.04 | Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple

Mots clés :

Cahier des charges – Prise de vue – Prise de son – Podcast – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 11 heures dont 11 heures de TP

3.3.15. Ressource R2.COMOR.15 : Etude des besoins des parties prenantes

Compétence ciblée :

- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.03 | Réaliser un plan de communication

Descriptif :

Dans le cadre de l'élaboration d'un plan de communication, qu'il soit le fruit du travail d'un chargé de communication interne à l'organisation ou d'une agence, la phase de l'audit de communication et d'étude de la culture d'entreprise qui précède l'élaboration du brief client implique de comprendre les besoins du donneur d'ordre, d'établir des contacts avec l'ensemble des parties prenantes impliquées dans le projet (prestataires, organismes publics, prospects, équipes de vente, etc.).

Cette ressource vise à fournir aux étudiants les outils leur permettant :

- D'établir un audit du marché de l'entreprise, de son business model, cerner ses activités clés, circuits de distribution, ressources, partenaires, être en mesure de décrire correctement son offre ;
- De dialoguer avec l'ensemble des parties prenantes du projet à l'aide d'outils qui facilitent leur compréhension (empathy map, fiches persona, entretiens, focus group, questionnaires, observations participantes)
- D'établir un audit de culture d'entreprise

Apprentissages critiques ciblés :

- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

Parties prenantes – Audit de culture d'entreprise – Entretien – Fiche persona – Observation participante

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 15 heures de TP

3.3.16. Ressource R2.COMOR.16 : Gestion de projet

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.COMOR.03 | Réaliser un plan de communication
- SAÉ 2.COMOR.04 | Produire une chronique audiovisuelle

Descriptif :

La ressource aborde d'un point de vue méthodologique la conduite de projet.

Il s'agit d'apprendre à travailler en mode projet, à identifier les acteurs (maître d'ouvrage, maître d'œuvre, comité de pilotage, etc.), les ressources et les contraintes (coûts, délais, performance).

Elle permet de sensibiliser les étudiants à l'importance de la dynamique de groupe (motivation, implication, gestion de crise) pour créer une synergie permettant une amélioration continue du travail en mode projet.

Les étudiants seront invités à formaliser les étapes de leur travail collectif, en suivant par exemple les étapes suivantes :

- Planification (identification et hiérarchisation des tâches, repérage des différents types de liaisons entre les tâches, définition des temps)
- Utilisation d'outils d'optimisation de projet
- Approche budgétaire (initiation)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- AC15.02 | Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- AC15.03 | Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Mots clés :

mode projet – planification – outils d'optimisation – budget – livrable – diagramme de Gantt

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 11 heures dont 6 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3.COMOR.01 Concevoir et organiser un événement	SAE 3.COMOR.02 Proposer une recommandation sur la stratégie communication	SAE 3.COMOR.03 Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques	SAE 3.COMOR.04 Créer un objet un service innovant	PORTFOLIO Portfolio COMOR S	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.COMOR.08 Design graphique et audiovisuel	R3.COMOR.09 Communication événementielle et gestion de projet opérationnel	R3.COMOR.10 Marketing / Webmarketing	R3.COMOR.11 Communication interne	
Décrypter	AC21.01						X	X					X					
	AC21.02		X	X	X				X				X					
	AC21.03		X	X		X							X					
Partager	AC22.02			X		X				X	X	X	X					
	AC22.03			X		X				X	X	X	X					
	AC22.04						X	X					X					
	AC22.05		X	X		X			X				X					
Concevoir	AC23.01		X			X							X				X	
	AC23.02			X									X				X	
	AC23.03		X			X							X			X		
	AC23.04	X	X			X							X			X		
	AC23.05	X				X							X		X		X	
Elaborer	AC24.01	X		X	X	X							X	X				
	AC24.02	X			X	X							X		X			
	AC24.03												X		X			
	AC24.04			X									X	X				
Piloter	AC25.01				X								X		X			
	AC25.02					X							X			X	X	
	AC25.03	X			X	X							X				X	
	AC25.04	X			X	X							X		X		X	
Volume total						20	30	20	20	20	20	10	18	18	14	13	203	
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	18	12	10	10	80	
Adaptation Locale (SAE)			55															55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)									81									81
TP Adaptation locale									45									45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.COMOR.01 : Concevoir et organiser un événement

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir et organiser un événement impliquant un public et s'insérant dans une stratégie de communication**.

Descriptif générique :

En agence comme en entreprise, l'événementiel est un outil phare pour fédérer des équipes ou un public. Sa conception et son organisation associent stratégie, logistique et gestion d'équipes.

Ses déclinaisons variées (symposium, table-ronde, soirée...) permettent de s'adapter aux cultures d'entreprise comme aux contraintes matérielles et humaines.

Il faut définir les objectifs, imaginer le format en tenant compte des contraintes y compris juridiques, planifier le déroulement (y compris les invitations, la logistique, la gestion des flux sur le site le cas échéant) et la communication sociale, avant, pendant et après l'événement.

Apprentissages critiques :

- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.04 | Anglais
- R3.05 | Langue vivante 2
- R3.COMOR.08 | Design graphique et audiovisuel
- R3.COMOR.09 | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel
- R3.COMOR.11 | Communication interne

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.COMOR.02 : Proposer une recommandation sur la stratégie de communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **proposer une recommandation sur la stratégie de communication incluant une stratégie des moyens, après étude du positionnement et des besoins du client.**

Descriptif générique :

La conception d'une stratégie de communication à partir d'un audit de l'existant, de la problématique, et du positionnement de la concurrence est l'action clé de tout acteur de la communication, chez l'annonceur comme en agence, en communication externe et interne.

En réponse à un brief client (externe ou émanant de l'IUT ou de l'université), il faut analyser la demande du client, en évaluer la pertinence, étudier son positionnement et ses besoins, et proposer une recommandation sur la stratégie de communication incluant une stratégie des moyens.

Cette Saé s'appuie sur des problématiques communicationnelles complexes, en y ajoutant l'enjeu de la relation client/donneur d'ordre.

Déroulé :

- 1/ Dépasser la méthodologie découverte en première année pour travailler plus finement la problématique du commanditaire, en particulier dans des contextes complexes (communication interne, réseau, institutionnelle, BtoB...);
- 2/ Construire personnellement les éléments du diagnostic (entretiens, dans certains cas, visite);
- 3/ Réaliser une étude de marché précise et argumentée;
- 4/ Pouvoir définir une stratégie des moyens qui opère des choix clairs et argumentés, qui articule et hiérarchise les moyens en fonction de la problématique identifiée;
- 5/ Appréhender la relation client/donneur d'ordre sur un cas réel.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.01 | Sciences de l'information et de la communication
- R3.03 | Culture numérique
- R3.COMOR.10 | Marketing / Webmarketing

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. SAE 3.COMOR.03 : Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques.**

Cette SAE est une initiation aux enjeux et aux outils qu'un responsable de stratégie éditoriale (brand content) doit maîtriser. Elle vise à dépasser le registre des différents supports, pour penser et mettre en œuvre le déploiement d'un projet sur l'édition papier et numérique, simultanément ou de façon séquencée.

Descriptif générique :

Il s'agit de mieux connaître les spécificités des différents médias et publics, tout en apprenant à jouer de ces spécificités pour transposer ou prolonger un objet en dehors de son univers initial, en en conservant l'identité.

Il peut s'agir de :

- 1/ Complémenter ou transposer vers le numérique un objet éditorial physique (ex : un journal) ;
- 2/ Déployer un univers narratif existant sur un nouveau média ;
- 3/ Exploiter en mode papier des ressources produites par d'autres médias (podcast enrichi par les usagers et devenant magazine).

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.03 | Culture numérique
- R3.06 | Expression écrite et orale
- R3.COMOR.08 | Design graphique et audiovisuel
- R3.COMOR.09 | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.4. SAÉ 3.COMOR.04 : Créer un objet ou un service innovant

Compétences ciblées :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **créer un objet ou un service innovant** (ce peut être un objet matériel, un support médiatique), et **concevoir la stratégie et les supports de lancement de cet objet ou service**.

Descriptif générique :

Cette SAÉ se focalise sur les problématiques rencontrées par le conseil en communication auprès de start-ups ou de futurs créateurs d'entreprise.

Elle doit :

- 1/ Faire prendre conscience des relations entre un produit/une marque et sa communication ;
- 2/ Exploiter la créativité des étudiants (idéation, design thinking) ;
- 3/ Associer innovation et communication.

L'objet central peut être réel ou théorique (prototype), dans un contexte marchand comme non marchand.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.COMOR.08 | Design graphique et audiovisuel
- R3.COMOR.09 | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel
- R3.COMOR.10 | Marketing / Webmarketing

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblés en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.02 | Linguistique Sémiologie
- R3.03 | Culture numérique
- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.COMOR.08 | Design graphique et audiovisuel
- R3.COMOR.09 | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel
- R3.COMOR.10 | Marketing / Webmarketing
- R3.COMOR.11 | Communication interne

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.02 | Proposer une recommandation sur la stratégie de communication

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.02 | Proposer une recommandation sur la stratégie de communication
- SAÉ 3.COMOR.03 | Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaire) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.01 | Concevoir et organiser un événement

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.01 | Concevoir et organiser un événement

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.03 | Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.COMOR.08 : Design graphique et audiovisuel

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.01 | Concevoir et organiser un événement
- SAÉ 3.COMOR.03 | Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques
- SAÉ 3.COMOR.04 | Créer un objet ou un service innovant
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

Dans la continuité des ressources du B.U.T. 1 en graphisme et en audiovisuel, les étudiantes et les étudiants répondront de façon méthodique à un cahier des charges sur la base de connaissances techniques, professionnelles et culturelles.

L'utilisation de logiciels spécialisés donnera lieu à une activité de conception et de production d'une communication visuelle combinant image et texte ou d'une communication audiovisuelle combinant image et son.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale

Mots clés :

design graphique – édition de contenus audiovisuels – cahier des charges (graphique/audiovisuel)

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 18 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.COMOR.09 : Communication événementielle et gestion de projet opérationnel

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.01 | Concevoir et organiser un événement
- SAÉ 3.COMOR.03 | Concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques
- SAÉ 3.COMOR.04 | Créer un objet ou un service innovant
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

L'objectif est de permettre l'accompagnement d'une proposition de projets et d'assister le montage des événements (puis le suivi) auprès de cibles auxquelles l'entité, quelle qu'elle soit, souhaite s'adresser pour ensuite les atteindre directement et les fidéliser.

Pour cela, cette ressource apporte des connaissances sur les points suivants :

- identification de la cible
- veille des tendances
- identification des prestataires et leur offre
- établissement du cahier des charges
- conformité de l'environnement administratif et juridique de l'évènement
- « Road book »(ou « déroulé »ou « feuille de route ») de l'évènement
- Établissement de budget d'exploitation simplifié
- Mise en œuvre des phases de réalisation de l'évènement dans le respect la feuille de route pré établie
- gestion d'équipe
- Détermination des KPI
- Débriefing de l'organisation de l'évènement

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Mots clés :

communication événementielle – gestion de projet opérationnel – événement

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 12 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.COMOR.10 : Marketing / Webmarketing

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.02 | Proposer une recommandation sur la stratégie de communication
- SAÉ 3.COMOR.04 | Créer un objet ou un service innovant
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

L'étudiant sera capable d'analyser un marché et son environnement pour identifier une démarche marketing adaptée aux enjeux commerciaux de l'entreprise. Dans un contexte de web marketing il saura mettre en place les outils adaptés pour atteindre les objectifs de l'organisation.

Il saura :

- mettre en place une méthodologie adaptée et réaliser une étude de marché
- poser un diagnostic marketing
- proposer une stratégie marketing en utilisant les concepts de segmentation, ciblage et positionnement
- décliner la stratégie dans un plan de marchéage (marketing mix) cohérent en utilisant les 4 leviers : produit, prix, distribution et communication.
 - décliner la stratégie marketing dans une optique de web marketing pour atteindre les objectifs en utilisant la méthode SMART.
 - proposer des outils de communication commerciale qui passent par les canaux digitaux dans une dynamique d'inbound marketing (marketing entrant).
 - proposer des contenus attractifs pour attirer le client potentiel (content marketing), tels que Infographies, webinars, vidéos, ebooks, photos, posts réseaux sociaux, newsletters ...

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)

Mots clés :

marketing – webmarketing – stratégie marketing

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 10 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.COMOR.11 : Communication interne

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.COMOR.01 | Concevoir et organiser un événement
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter l'état de la communication interne (compétences attendues, professionnalisation, évolutions du secteur) tout en développant ses enjeux actuels pour une organisation.

Il permettra également d'aborder les techniques et outils de communication interne en contextualisant leur usage dans une stratégie plus globale formalisée dans un plan de communication interne dont la mise en œuvre peut être abordée en contexte de fonctionnement habituel ou de crise.

Il permettra enfin de mettre en lumière les points de convergence mais également les tensions et nécessaires ponts entre communication interne et externe, entre communication interne et management de manière plus globale.

A la fin de cette ressource, l'étudiant doit notamment être en mesure :

- d'identifier différentes situations internes nécessitant la mise en œuvre d'une stratégie de communication interne ;
- d'analyser des problématiques de communication internes en contexte de crise ou non ;
- de différencier les outils choisis par rapport aux publics et aux cibles visés ;
- de mettre en œuvre une stratégie de communication interne répondant à un objectif spécifique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Mots clés :

communication interne – outils de communication interne

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 4.COMOR.01 Répondre à u brief client (Training)	SAE 4.COMOR.02 Construire un stratégie de communication numérique	STAGE.COMOR Stage COMOR	PORTFOLIO Portfolio COMOR S	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.COMOR.08 Communication numérique, webdesign et data management	R4.COMOR.09 Gestion de projet relationnel	R4.COMOR.10 Stratégie de communication	
Décrypter	AC21.01	X		X	X	X						X				
	AC21.02	X	X	X	X			X				X				
	AC21.03	X		X	X		X	X				X				
Partager	AC22.02	X		X	X				X	X	X	X				
	AC22.03	X		X	X				X	X	X	X				
	AC22.04	X		X	X	X						X				
	AC22.05	X		X	X		X	X				X				
Concevoir	AC23.01	X	X	X	X							X			X	
	AC23.02	X		X	X							X			X	
	AC23.03	X		X	X							X			X	
	AC23.04	X		X	X							X			X	
	AC23.05	X	X	X	X							X			X	
Elaborer	AC24.01	X		X	X							X	X			
	AC24.02	X		X	X							X				
	AC24.03	X	X	X	X							X	X			
	AC24.04	X	X	X	X							X	X			
Piloter	AC25.01	X		X	X							X		X		
	AC25.02	X		X	X							X		X		
	AC25.03	X	X	X	X							X		X		
	AC25.04	X	X	X	X							X		X		
Volume total						18	18	18	20	20	20	10	14	12	12	162
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	14	8	8	60
Adaptation Locale (SAE)		44														44
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)									60							60
TP Adaptation locale									35							35

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.COMOR.01 : Répondre à un brief client (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire une stratégie de communication adaptée à une demande et aux moyens définis par le donneur d'ordre** et **créer une image professionnelle forte qui inspire confiance au donneur d'ordre.**

Descriptif générique :

La mise en compétition d'agences sur la base d'un brief est la principale modalité d'obtention de budgets grands comptes et acteurs publics.

Compte tenu des délais souvent très courts, elle nécessite agilité, rapidité et esprit collaboratif.

Elle demande aussi à savoir ajuster sa réponse pour convaincre à chaque étape sans dévoiler tous ses atouts, et s'assurer que le projet proposé sera bien confié à l'agence qui l'a conçu.

Il faut inscrire la proposition stratégique dans le cadre d'une relation commerciale qu'il s'agit d'initier : mettre en forme ses présentations (dossier, présentation visuelle, argumentation orale) pour entraîner la conviction, créer une image professionnelle forte qui inspire confiance au donneur d'ordre.

La gestion du stress, la posture professionnelle vis-à-vis du commanditaire comme des concurrents sont également des enjeux à appréhender et à maîtriser.

Après analyse du brief client, il faut élaborer une stratégie de communication, assortie de moyens dont certains devront être ébauchés, et la présenter à l'écrit et à l'oral de façon à convaincre le commanditaire.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.01 | Sciences humaines et sociales
- R4.03 | Veille
- R4.COMOR.08 | Communication numérique, webdesign et data management
- R4.COMOR.09 | Gestion de projet relationnel
- R4.COMOR.10 | Stratégie de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.COMOR.02 : Construire une stratégie de communication numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire une stratégie de communication numérique** en analysant les spécificités du donneur d'ordre, définissant ses besoins, sa concurrence et ses cibles, élaborant, planifiant et budgétisant une orientation stratégique pour ses outils de communication numérique (les médias sociaux particulièrement).

Descriptif générique :

Afin de répondre à un cahier des charges (réel ou fictif), le communicant doit pouvoir montrer une certaine maîtrise des outils de veille informatique et d'agrégation de données, administrer des contenus, tenir compte de la particularité des outils numériques (instantanéité, mobilité et interactivité), animer et modérer des communautés d'internautes, et mesurer l'efficacité des outils utilisés.

En mobilisant les technologies de l'information et de la communication numériques, le communicant doit mettre en place une stratégie de communication sur le web pour un donneur d'ordre réel ou fictif.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.03 | Veille
- R4.COMOR.08 | Communication numérique, webdesign et data management
- R4.COMOR.10 | Stratégie de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. STAGE.COMOR : Stage COMOR S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.03 | Veille
- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

5.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.03 | Veille
- R4.04 | Anglais
- R4.05 | Langue vivante 2
- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.COMOR.08 | Communication numérique, webdesign et data management
- R4.COMOR.09 | Gestion de projet relationnel
- R4.COMOR.10 | Stratégie de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.COMOR.01 | Répondre à un brief client (Training)

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.COMOR.01 | Répondre à un brief client (Training)
- SAÉ 4.COMOR.02 | Construire une stratégie de communication numérique
- STAGE.COMOR | Stage COMOR S4
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.COMOR | Stage COMOR S4
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblées, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.02 | Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.COMOR.08 : Communication numérique, webdesign et data management

Compétence ciblée :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.COMOR.01 | Répondre à un brief client (Training)
- SAÉ 4.COMOR.02 | Construire une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

Dans le cadre d'une communication numérique, il s'agit d'appréhender les techniques permettant de mettre en place une stratégie de communication efficace sur le web et de pouvoir mesurer l'efficacité des outils utilisés :

- en mobilisant les technologies de l'information et de la communication numériques (médias sociaux)
- en animant et modérant des communautés d'internautes (community management)
- en utilisant des outils de référencement, de veille et d'analyse d'audience internet
- en utilisant des outils d'agrégation de données

La communication numérique fait donc appel au webdesign pour proposer différents contenus adaptés au support web et permettant aux utilisateurs de recevoir l'information de façon claire et compréhensible. Il s'agit également de renforcer l'ergonomie des sites et de tenir compte des expériences utilisateur (UX/UI design).

Le data management (gestion de données) participe de cette stratégie en mobilisant des outils permettant de stocker, gérer et diffuser les données référentielles au sein d'une organisation afin de s'assurer que les données de référence soient correctement identifiées, utilisables sans risque, exempt d'erreur et de bonne qualité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- AC24.03 | Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- AC24.04 | Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale

Mots clés :

communication numérique – stratégie – médias sociaux – web design – data management

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 14 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.COMOR.09 : Gestion de projet relationnel

Compétence ciblée :

- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.COMOR.01 | Répondre à un brief client (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

La ressource vise à aborder le projet à partir des dimensions relationnelles : les compétences du responsable de projet à savoir impliquer les différents acteurs du projet, créer les conditions de la mobilisation en phase amont du projet (la phase de réalisation étant vue en B.U.T. 3).

Des méthodes et savoir-être doivent être acquis pour permettre au chef de projet de développer son intelligence relationnelle et communicationnelle.

Compétences visées :

- Maintien de la relation avec les contributeurs
- Maintien des leviers d'action du chef de projet pour mobiliser
- Élaboration de la stratégie de communication avec les acteurs et partenaires du projet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- AC25.02 | Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- AC25.03 | Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- AC25.04 | Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication

Mots clés :

gestion de projet relationnel – communication professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 8 heures de TP

5.3.10. Ressource R4.COMOR.10 : Stratégie de communication

Compétence ciblée :

- Concevoir une stratégie communication

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.COMOR.01 | Répondre à un brief client (Training)
- SAÉ 4.COMOR.02 | Construire une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4

Descriptif :

Les étudiantes et les étudiants doivent pouvoir situer les différents types de communication (externe et interne) dans le cadre d'un audit de communication, établir un plan de communication stratégique et mettre en place des outils pertinents.

Une mise en œuvre d'une politique de communication suivra les étapes d'une stratégie de communication :

- définir une stratégie de communication
- définir le positionnement de communication
- déterminer les cibles de communication
- choisir les outils de communication adaptés à la stratégie
- établir un tableau de bord
- mettre en place une évaluation des actions de communication

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- AC23.02 | Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- AC23.03 | Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle
- AC23.04 | Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire
- AC23.05 | Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions

Mots clés :

stratégie – plan de communication – outils – audit

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 8 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 5.COMOR.01 Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique	SAE 5.COMOR.02 Expérimenter démarche entrepreneuriale	SAE 5.COMOR.03 Construire un stratégie de communication sensible	PORTFOLIO Portfolio COMOR S	R5.01 Sciences de l'information et de la communication	R5.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	R5.03 Responsabilité sociale des organisations	R5.04 Projet personnel et professionnel	R5.COMOR.05 Création d'organisation	R5.COMOR.06 Management et stratégie des organisations	R5.COMOR.07 Conseil et marque - 1	R5.COMOR.08 Outils de communication spécifique	R5.COMOR.09 Communication professionnelle avancée		
Décrypter	AC31.01	X			X	X			X							
	AC31.02	X			X		X		X							
	AC31.03	X		X	X			X	X							
Concevoir	AC33.01	X							X		X		X			
	AC33.02								X	X	X					
	AC33.03	X		X	X				X	X			X			
	AC33.04	X			X				X	X						
Elaborer	AC34.01								X			X				
	AC34.02								X				X			
	AC34.03		X	X	X				X	X	X	X	X			
	AC34.04			X					X			X				
	AC34.05		X		X				X	X	X	X	X	X		
Piloter	AC35.01		X		X				X		X		X	X		
	AC35.02		X	X	X				X		X					
	AC35.03		X		X				X		X	X		X		
	AC35.04		X		X				X	X		X		X		
Volume total						15	15	20	10	18	30	30	26	22	186	
Dont TP						0	0	0	0	0	0	0	14	12	26	
Adaptation Locale (SAE)		50														50
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)										74						74
TP Adaptation locale																45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.COMOR.01 : Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique** pour le compte d'un acteur institutionnel ou technique, particulièrement dans le cadre d'un travail d'agence.

Descriptif générique :

Pas toujours spécialiste du domaine scientifique ou culturel visé, le communicant doit, par l'étude et l'enquête, élever son niveau de compréhension des savoirs et du vocabulaire propres à son client (qu'il soit fictif ou réel).

Il s'agit de confronter les observations des dispositifs existants, du client, de ses concurrents ou de ses partenaires.

Il faut être capable d'inventer un dispositif d'intermédiation respectueux des normes en usage dans le milieu concerné (ton, vocabulaire), et adapté à ses publics spécifiques, comme le ferait un prestataire professionnel.

Il s'agit de mettre les compétences acquises précédemment en études et en stratégie, au service d'un univers de connaissances spécialisées.

En fonction des possibilités locales, des coopérations avec d'autres composantes universitaires (médecine, pharmacie, sport, arts, droit, bibliothèques...) ou avec des musées seraient pertinentes.

La coopération, au service d'un public, est au cœur de cet exercice qui permettra de penser l'action suivant d'autres logiques que celle de la concurrence et du secteur marchand.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.02 | Initiation aux relations et à la communication interculturelles
- R5.COMOR.06 | Management et stratégie des organisations
- R5.COMOR.08 | Outils de communication spécifique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.COMOR.02 : Expérimenter une démarche entrepreneuriale

Compétences ciblées :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**expérimenter une démarche entrepreneuriale** depuis le processus d'idéation jusqu'à la phase de lancement, communication comprise.

Descriptif générique :

Que ce soit en tant que conseil (en agence ou au sein d'une entreprise pratiquant l'intra-preneurariat), ou comme créateur d'entreprises ou d'association, les communicants sont de plus en plus souvent confrontés à la problématique de l'entrepreneuriat, dont ils doivent maîtriser les rouages mais aussi comprendre les spécificités par rapport aux entreprises établies.

La mise en situation fera, en outre, découvrir comment la communication intervient très tôt dans un processus de création d'entreprise ou d'activité puis dans toutes les autres étapes.

Cette Saé s'appuie sur les connaissances juridiques acquises lors des deux années précédentes, quant à l'environnement institutionnel de l'entreprise, et aux différents statuts et formes juridiques envisageables.

Elle met donc l'accent sur la dynamique entrepreneuriale :

- 1/ Techniques d'idéation ;
- 2/ Création d'un modèle économique (business model) permettant d'identifier la valeur ajoutée de l'idée, et les conditions de viabilité économique ;
- 3/ Mise à l'épreuve de l'idée, notamment en la présentant pour la tester auprès de différents acteurs ;
- 4/ Identification des partenaires commerciaux ou institutionnels, notamment de l'écosystème entrepreneurial local (aides institutionnelles, coaching associatif) ;
- 5/ Établissement d'un plan d'affaire (business plan) ;
- 6/ Définition d'un plan de communication intégrant une double cible, les acteurs institutionnels et financiers, le public cible ;
- 7/ Présentation du projet (concours, financeurs, incubateurs).

Apprentissages critiques :

- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.03 | Responsabilité sociale des organisations
- R5.COMOR.05 | Création d'organisation
- R5.COMOR.07 | Conseil et marque - 1
- R5.COMOR.09 | Communication professionnelle avancée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. SAÉ 5.COMOR.03 : Construire une stratégie de communication sensible

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire une stratégie de protection et de restauration de l'image d'une organisation ou de ses acteurs (salariés ou responsables)** pour contenir l'impact d'une crise, dans le respect de la RSE, et ce pour les cibles externes et internes.

Descriptif générique :

Cruciale pour l'entreprise, et traditionnellement l'apanage du directeur de la communication, la communication de crise est devenue plus courante et concerne désormais les structures plus modestes, avec la montée en puissance des réseaux sociaux, qui accélèrent et aggravent le risque d'image.

Le chargé de communication doit en connaître les rudiments pour pouvoir préserver son organisation (entreprise, institution, association).

Cette SAÉ conduit à articuler les compétences en stratégie de communication et d'entreprise, avec les repères et principes éthiques vus en cours de communication sensible, la situation de crise étant souvent la cristallisation d'une situation décrite comme relevant de la communication sensible.

A partir d'un cas concret touchant une organisation ou ses membres, il s'agit de caractériser la crise et ses conséquences (internes et externes) sur l'organisation, à la fois pour identifier les menaces, et pour pouvoir produire un tableau clair à la direction de l'entreprise.

Livrable envisageable : une infographie de synthèse sur la crise et la communication sensible d'après-crise.

Apprentissages critiques :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.01 | Sciences de l'information et de la communication
- R5.COMOR.07 | Conseil et marque - 1
- R5.COMOR.08 | Outils de communication spécifique
- R5.COMOR.09 | Communication professionnelle avancée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblés en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.COMOR.05 | Création d'organisation
- R5.COMOR.06 | Management et stratégie des organisations
- R5.COMOR.07 | Conseil et marque - 1
- R5.COMOR.08 | Outils de communication spécifique
- R5.COMOR.09 | Communication professionnelle avancée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.03 | Construire une stratégie de communication sensible

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.01 | Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.02 | Expérimenter une démarche entrepreneuriale

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.COMOR.05 : Création d'organisation

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.02 | Expérimenter une démarche entrepreneuriale
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

La ressource création d'organisation consiste à montrer les différentes étapes clefs de la création d'une entreprise ou d'une association :

- concevoir son projet en développant une réflexion sur la valeur ajoutée et les implications de l'idée (à travers un business canvas par exemple)
- construire le projet en traduisant les objectifs d'un cahier des charges dans le budget (comprendre les bases du système comptable et ses exigences) et comprendre le poids de la part budgétaire dans les responsabilités d'un chef de service (aborder les enjeux de la maîtrise budgétaire en termes d'outil essentiel du pilotage, d'argumentaire, d'influence). Pour ce faire, il sera important de faire une introduction à la gestion budgétaire, de comprendre et construire des outils de pilotage budgétaire.
- communiquer sur son projet pour convaincre à l'aide d'outils de communication spécifique (poster, dossier, support de présentation)

Il peut être utile de faire réaliser une étude de cas dans laquelle la création d'un projet de communication sert de prétexte à l'élaboration de prévisions financières, expliquées à l'oral et sous-tendues par un dossier argumenté.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

penser son projet – construire son projet – budgéter son projet – communiquer sur son projet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

6.3.6. Ressource R5.COMOR.06 : Management et stratégie des organisations

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.01 | Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

Les compétences de management sont requises dans tous les secteurs d'activités, et concernent directement le communicant, soit en tant qu'il peut être amené à piloter sa propre agence, soit et plus fréquemment encore dans son rôle de conseil.

Il doit également être en mesure d'articuler sa stratégie de communication à la stratégie d'organisation.

Il s'agit de contribuer et de soutenir l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de l'organisation en matière, notamment, de développement commercial, mais aussi de conduite du changement (lien avec la ressource Communication interne S3), gestion des ressources humaines...

Cette ressource permet donc également d'acquérir des compétences relatives aux changements organisationnels et managériaux (humains, démarche qualité, ...) selon les finalités attendues.

On pourra en particulier s'intéresser aux diagnostics stratégiques externe et interne, SWOT, aux méthodes stratégiques business ou corporate, ou plus spécifiquement pour le secteur de la communication, à la gestion d'une marque globale à l'international.

Compétences visées :

- Comprendre et évaluer la stratégie globale d'une organisation en réalisant une analyse interne et externe de l'environnement, en construisant et présentant des orientations stratégiques et en élaborant et diffusant la feuille de route
- Connaître les outils de pilotage de la stratégie globale d'une organisation : contrôle, analyse et ajustement de la stratégie en fonction des résultats intermédiaires, suivi des projets et adaptation des objectifs en fonction de la performance, et pilotage les différents acteurs stratégiques de l'entreprise .
- Encadrer et piloter l'ensemble des équipes (au niveau individuel comme au niveau collectif)

Prérequis :

- R5.03 | Responsabilité sociale des organisations

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue

Mots clés :

management – stratégie des organisations – outils d'analyse – outils de pilotage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

6.3.7. Ressource R5.COMOR.07 : Conseil et marque - 1

Compétences ciblées :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)
- Concevoir une stratégie communication

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.02 | Expérimenter une démarche entrepreneuriale
- SAÉ 5.COMOR.03 | Construire une stratégie de communication sensible
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de faire comprendre la nature économique et symbolique de la marque afin d'élaborer des stratégies de communication pertinentes et/ou innovantes afin de gérer la marque dans une perspective qualitative et communicationnelle. Cette approche doit permettre à l'étudiant d'appréhender toutes les dimensions d'une démarche marketing et communicationnelle créative propre au domaine « brand content ».

Ainsi une première dimension est celle des études et des audits de la marque (notamment la notion d'identité de marque) avec les dimensions de sémiologie appliquée qu'elle comporte (analyse des signifiants : les formes, les couleurs, le design, la typographie, etc. ; Examen des idéologies sous-jacentes et les signifiés : figures et les valeurs véhiculées) ;

Ce travail implique d'engager le travail sur l'intelligence économique (enjeux de l'intelligence économique pour une marque).

Enfin, les compétences de marketing relationnel sont également abordées (identification des facteurs clés de succès de la relation client et les sources de valeur pour le client, première approche de l'élaboration du diagnostic de la stratégie client d'une entreprise).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

marque – audit – conseil – intelligence économique – marketing relationnel

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

6.3.8. Ressource R5.COMOR.08 : Outils de communication spécifique

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.01 | Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique
- SAÉ 5.COMOR.03 | Construire une stratégie de communication sensible
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

Les étudiant.e.s doivent pouvoir identifier et différencier les outils de communication selon le type de partenariat envisagé.

Après la découverte des enjeux et pratiques des organisations en matière de mécénat, de sponsoring, de partenariats digitaux et avec des influenceurs (en présentent notamment les contraintes stratégiques et juridiques), il s'agit de savoir choisir le dispositif le plus approprié selon les divers objectifs de communication d'organisations et de le mettre en œuvre.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme

Mots clés :

mécénat – sponsoring – influenceurs – partenariat digital

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 26 heures dont 14 heures de TP

6.3.9. Ressource R5.COMOR.09 : Communication professionnelle avancée

Compétences ciblées :

- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.COMOR.02 | Expérimenter une démarche entrepreneuriale
- SAÉ 5.COMOR.03 | Construire une stratégie de communication sensible
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S5

Descriptif :

La ressource se concentre sur les enjeux relationnels de la relation commerciale comme du management d'équipe.

On pourra aborder les points suivants :

- Distinguer le donneur d'ordre et son périmètre de responsabilité
- Identifier les collaborateurs de l'équipe cliente, les situer dans leur ligne hiérarchique et leur process de validation
- Adapter sa communication interpersonnelle aux enjeux économiques et aux différents rôles entre directeur de clientèle, directeur du développement (commercial), chef de projet et exécutant et sous-traitant
- Savoir préparer et maîtriser ses prises de paroles et celles de son client (le cas échéant) face à des publics-cibles, à des journalistes et des influenceurs
- Savoir identifier les enjeux éthiques et se positionner de manière honnête et authentique
- Savoir respecter, lors des transactions quotidiennes et ponctuelles, les postures éthiques de ses interlocuteurs
- Savoir se positionner face à des cadeaux de fournisseurs et au regard des enjeux de marché, fidélité et équité

Prérequis :

- R5.03 | Responsabilité sociale des organisations
- R5.COMOR.06 | Management et stratégie des organisations

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

relation commerciale – communication professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures dont 12 heures de TP

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 6.COMOR.01 Répondre à u brief client	STAGE.COMOR Stage.COMOR	PORTFOLIO Portfolio.COMOR S	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.COMOR.04 Conseil et marque - 2	R6.COMOR.05 Communication spécialisée	R6.COMOR.06 Communication durable et RSE	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X		X				
	AC31.02	X	X	X		X	X				
	AC31.03	X	X	X			X				
Concevoir	AC33.01	X	X	X			X	X	X	X	
	AC33.02	X	X	X			X				X
	AC33.03	X	X	X			X	X			
	AC33.04	X	X	X			X	X	X	X	
Elaborer	AC34.01	X	X	X			X		X		
	AC34.02	X	X	X			X	X			
	AC34.03	X	X	X			X	X		X	
	AC34.04	X	X	X			X		X		
	AC34.05	X	X	X			X	X			
Piloter	AC35.01	X	X	X			X		X		
	AC35.02	X	X	X			X		X		
	AC35.03	X	X	X			X			X	
	AC35.04	X	X	X			X		X		
Volume total				15	15	10	17	27	12	96	
Dont TP				0	0	0	4	8	4	16	
Adaptation Locale (SAÉ)		26								26	
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)						38				38	
TP Adaptation locale							35			35	

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.COMOR.01 : Répondre à un brief client

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire une recommandation de communication stratégique et opérationnelle, adaptée à une demande et aux moyens définis par un commanditaire dans un brief, et défendre ses propositions devant le commanditaire.**

Descriptif générique :

L'exercice de la compétition d'agence suite à un appel d'offres reste la référence de cette Saé.

Un commanditaire d'envergure nationale ou internationale, ou au minimum ancré dans un autre territoire, doit être trouvé.

Déroulé des actions :

A. Analyse de l'annonceur et de son environnement, de ses moyens et de ses contraintes.

B. Diagnostic

C. La stratégie de communication

D. La stratégie créative

E. Le plan de communication

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.01 | Sciences humaines et sociales
- R6.02 | Relations et communication interculturelles
- R6.COMOR.04 | Conseil et marque - 2
- R6.COMOR.05 | Communication spécialisée
- R6.COMOR.06 | Communication durable et RSE

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. STAGE.COMOR : Stage COMOR S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.01 | Sciences humaines et sociales
- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.COMOR.04 | Conseil et marque - 2
- R6.COMOR.05 | Communication spécialisée
- R6.COMOR.06 | Communication durable et RSE

7.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.01 | Sciences humaines et sociales
- R6.02 | ?
- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.COMOR.04 | Conseil et marque - 2
- R6.COMOR.05 | Communication spécialisée
- R6.COMOR.06 | Communication durable et RSE

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.COMOR.01 | Répondre à un brief client
- STAGE.COMOR | Stage COMOR S6
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S6

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.COMOR.01 | Répondre à un brief client

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.COMOR | Stage COMOR S6
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.COMOR.04 : Conseil et marque - 2

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.COMOR.01 | Répondre à un brief client
- STAGE.COMOR | Stage COMOR S6
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S6

Descriptif :

La deuxième partie de "Conseil et marque" s'appuie sur la précédente (études) pour explorer les différents outils d'une stratégie de marque, avec un accent fort placé sur le numérique.

On pourra ainsi proposer

- stratégie de relations publics et d'influence digitale
- stratégie de webmarketing (bases de la performance SEO, KPI, déploiement de campagnes FB, Google analytics, affiliation...)
- utilisation de la data dans une stratégie webmarketing

...

La ressource s'inscrit dans la continuité de la ressource "Marketing/webmarketing" en B.U.T. 2.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.03 | Définir une stratégie de relations "publics" et presse
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.02 | Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC34.05 | Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais

Mots clés :

stratégie de marque – webmarketing – data

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 4 heures de TP

7.3.5. Ressource R6.COMOR.05 : Communication spécialisée

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.COMOR.01 | Répondre à un brief client
- STAGE.COMOR | Stage COMOR S6
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S6

Descriptif :

L'objectif de la ressource "Communication spécialisée" est de distinguer et de comprendre une forme de communication spécialisée : culturelle, interculturelle, publique, territoriale.

La communication culturelle concerne les problématiques liées à la médiation culturelle et aux enjeux et stratégies de communication qui encadrent les manifestations culturelles (dimensions politiques et sociales des manifestations culturelles, ingénierie culturelle, marketing culturel, tiers secteurs/économie mixte, politiques culturelles, etc.).

La communication interculturelle renvoie aux problématiques d'une communication entre cultures (anthropologie, ethnologie, communication interculturelle, management interculturel) et à ses conséquences sur les modes et les supports de communication.

La communication publique désigne les enjeux et les moyens d'actions de communication de n'importe quelle institution ayant une mission de service public.

La communication territoriale concerne les enjeux et les moyens développés par diverses collectivités locales et organismes publics locaux à destination des habitants de territoires spécifiques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.01 | Réaliser un audit des moyens de communication
- AC34.04 | Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- AC35.01 | Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- AC35.02 | Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- AC35.04 | Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

Mots clés :

médiation culturelle – communication interculturelle – communication publique – communication territoriale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 27 heures dont 8 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.COMOR.06 : Communication durable et RSE

Compétences ciblées :

- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.COMOR.01 | Répondre à un brief client
- STAGE.COMOR | Stage COMOR S6
- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S6

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image externe de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on peut :

- aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés),
- comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques,
- connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)
- porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, social washing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- AC33.02 | Décliner un plan de communication en interne
- AC33.04 | Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels
- AC34.03 | Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- AC35.03 | Piloter des démarches d'amélioration continue

Mots clés :

Communication responsable – Responsabilité sociales des organisations – stratégie RSE/RSO – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 4 heures de TP

Chapitre 3.

Parcours : Information numérique dans les organisations

- 1. Structure générale des six semestres du parcours Information numérique dans les organisations**

Tableau de structure pour le B.U.T Information-Communication

Pour le parcours : Information numérique dans les organisations

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	381	345	340	264	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	41 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	88	82	136	106	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	40	36	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	48	46	81	62	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	293	263	204	158	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	90	77	80	60	26	16	530
Nbre heures de tp à définir localement	12	9	45	35	45	35	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 1.01 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation.	SAE 1.02 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation, français et langue.	SAE 1.03 Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information.	SAE 1.04 Élaborer un bibliographie normée.	PORTFOLIO Portfolio Intitulum S	R1.01 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R1.02 Histoire des médias	R1.03 Sciences de l'information et de la communication	R1.04 Etudes des organisations	R1.05 Recherche d'information et veille	R1.06 Anglais	R1.07 Langue vivants 2	R1.08 Expression écrite et orale	R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO)	R1.10 Informatique	R1.11 Web	R1.12 Projet personnel et professionnel	R1.13 Culture et économie de l'information	R1.14 Recherche d'information	R1.15 Méta-données	R1.16 Web et informatique professionnelles	R1.17 Gestion de projet	R1.18 Démarche de veille	R1.19 PAO et médias professionnels
Décrypter	AC11.01					X	X	X										X							
	AC11.02	X				X			X									X							
	AC11.03	X				X			X	X								X							
Partager	AC12.01		X			X				X								X							
	AC12.02		X			X					X	X	X					X							
	AC12.03		X			X								X	X	X		X							
	AC12.04		X			X		X										X							
Déployer	AC13.01			X		X												X	X						
	AC13.02			X		X												X	X						
	AC13.03																	X			X				X
	AC13.04																	X			X				
	AC13.05																	X		X		X	X		X
Veiller	AC14.01				X	X												X		X		X		X	X
	AC14.02				X	X												X		X				X	
	AC14.03																	X				X	X	X	
Volume total						15	10	22	14	14	18	18	18	13	13	13	10	20	13	15	17	18	15	17	293
Dont TP						0	0	0	0	5	9	9	9	8	8	10	5	0	0	0	12	5	0	10	90
Adaptation Locale (SAE)				48																					48
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)																									38
TP Adaptation locale																									16

2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association, ...)**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif. C'est aussi la phase d'audit d'une nouvelle organisation, soit futur partenaire, soit futur employeur.

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, la synthèse documentaire s'appuie sur l'identification et la sélection des sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.

L'audit met en lumière les dispositifs d'information et de communication de l'organisation qui paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Apprentissages critiques :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R1.02 | Histoire des médias
- R1.03 | Sciences de l'information et de la communication
- R1.04 | Études des organisations
- R1.05 | Recherche d'information et veille

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire un document d'accompagnement pour une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante** et **susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.

Mais aussi, de susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.

Apprentissages critiques :

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.06 | Anglais
- R1.07 | Langue vivante 2
- R1.08 | Expression écrite et orale
- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.10 | Informatique
- R1.11 | Web

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.INFONUM.03 : Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une enquête afin d'appréhender les besoins des usagers d'un système d'information.**

Descriptif générique :

Il s'agit de réaliser une enquête sur les besoins des usagers d'un système d'information.

Cette enquête peut être l'analyse d'un cahier des charges existant, ou l'exploitation d'un questionnaire ou d'entretiens en vue de leur traitement (identifier, prioriser les besoins et fournir une grille d'évaluation).

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.INFONUM.13 | Culture et économie de l'information
- R1.INFONUM.16 | Web et informatique professionnels
- R1.INFONUM.17 | Gestion de projet
- R1.INFONUM.19 | PAO et médias professionnels

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.INFONUM.04 : Élaborer une bibliographie normée

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre à la demande de recherche d'informations spécialisées provenant d'une organisation, dans un contexte donné, en respectant une norme bibliographique.**

Descriptif générique :

Il s'agit de capitaliser des ressources documentaires via un logiciel de gestion bibliographique en tenant compte des pratiques des usagers et les mettre à disposition à travers une bibliographie.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.INFONUM.14 | Recherche d'information
- R1.INFONUM.15 | Métadonnées
- R1.INFONUM.18 | Démarche de veille
- R1.INFONUM.20 | Culture générale professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 1, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition du niveau des compétences ciblé en première année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation.

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Ce premier niveau de la ressource permet de présenter aux étudiants des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux info-communicationnels du monde contemporain.

Cette ressource doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles et de pouvoir élaborer un plan média.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le premier niveau de cette ressource de définir les notions théoriques d'information et de communication, en s'appuyant sur des travaux fondateurs des sciences de l'information et de la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.

Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Organisations – Pouvoir et décisions – RSE / RSO – Développement durable – Stratégie globale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.

Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

Mots clés :

Recherche d'information – Veille informationnelle – Source d'information – Moteurs de recherche

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 5 heures de TP

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports).

Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Entretien – Aisance orale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.9. Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à créer des documents destinées à l'impression ou au web.

Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.

Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Formats d'image – Retouche d'image – Édition – Illustration – Mise en page

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.).
- Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé
- Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Traitement de texte – Présentation de type diaporama – Fonctionnement de base d'un ordinateur – Compétences numériques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Les objectifs principaux de cette ressource sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :

- Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne.
- Créer une newsletter.
- Utiliser une interface d'administration.
- Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site.
- Mettre en place une surveillance des performances du site.
- Découvrir les bases du référencement

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers
- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.INFONUM.13 : Culture et économie de l'information

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.03 | Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information

Descriptif :

L'objectif de la ressource est d'amener les étudiants à appréhender les principaux enjeux de l'information dans le contexte global de la société numérique. L'enjeu est qu'ils comprennent l'acquisition d'une culture informationnelle est devenue primordiale pour chaque individu. Ils auront donc à contribuer en tant que futurs professionnels à sa large diffusion, notamment par la médiation, l'accompagnement ou la formation des usagers.

La dimension stratégique et économique de l'information y sera abordée plus spécifiquement de manière à permettre l'étude des modèles économiques en matière de production et de services d'information.

Les étudiants saisiront la complexité de la notion d'information et en comprendront les enjeux professionnels, technologiques, économiques, sociaux, culturels et politiques. De la sorte, ils pourront situer, analyser et critiquer, les activités, les comportements et les usages informationnels en lien avec les outils et les technologies numériques au sein de la société ou plus spécifiquement d'une organisation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers

Mots clés :

Culture de l'information – Société numérique – Économie de l'information – Stratégie d'entreprise – Produit d'information – Service d'information – Usage – Technologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

2.3.14. Ressource R1.INFONUM.14 : Recherche d'information

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.04 | Élaborer une bibliographie normée

Descriptif :

Cette ressource vise à amener les étudiants à être en mesure de répondre à un besoin d'information simple, en planifiant les différentes étapes de leur recherche, en choisissant les sources pertinentes et en maîtrisant l'usage des outils de recherche.

- définir le concept de besoin d'information et ses caractéristiques
- mettre en œuvre des méthodes d'analyse des besoins d'information
- connaître les sources d'information dans différents domaines spécifiques (économique, scientifique et technique, juridique, etc.)
- interroger et tirer parti de différentes bases de données documentaires spécialisées (actualité, brevet, photothèque, vidéothèque...).
- construire une stratégie de recherche pertinente (choix des sources et des outils) et une méthodologie adaptée (choix des Mots-clés, requêtes).
- identifier des acteurs de référence (experts, organismes internationaux).
- être capable d'évaluer et sélectionner l'information,
- mettre en œuvre les règles de citation des sources.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources

Mots clés :

Recherche d'information – Outil de recherche – Analyse d'un besoin d'information – Information scientifique technique et économique (ISTE)

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures

2.3.15. Ressource R1.INFONUM.15 : Métadonnées

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.04 | Élaborer une bibliographie normée

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de comprendre les enjeux des métadonnées dans l'organisation, l'accès et l'échange de ressources. Il doit permettre aux étudiants d'utiliser les langages de description et de structuration et leurs applications et de concevoir, de renseigner et de manipuler un ensemble structuré d'informations décrivant une ressource quelconque, numérique ou non.

Il s'agira d'appréhender les questions :

- des métadonnées externes pour décrire le contenu de documents (catalogage et indexation) à travers les différents types de référentiels (classification, thésaurus, nomenclature, plan de classement, taxonomie...),
- des métadonnées internes pour concevoir un document structuré, notamment un document numérique navigable, ou structurer un document existant en mobilisant un schéma simple de métadonnées (Dublin core, IPTC, XMP, ID3, propriétés de fichiers).

Il s'agira aussi pour les étudiants d'être en mesure d'identifier et de sélectionner les éléments descriptifs d'une ressource pour pouvoir établir, diffuser et échanger de l'information bibliographique en respectant un style bibliographique précis

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités

Mots clés :

Métadonnées – Format d'échange – Document structuré – Langage documentaire – Standard/Schéma de métadonnées – Indexation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.16. Ressource R1.INFONUM.16 : Web et informatique professionnels

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.03 | Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information

Descriptif :

Dans la continuité des ressources communes Web et Informatique, cette ressource permet de les renforcer en les ancrant davantage dans les pratiques professionnelles de notre parcours.

Elle a donc pour objectif d'initier les étudiants aux stratégies informationnelles orientées web ainsi qu'aux outils de collecte et de traitement automatisés d'informations et/ou de données pour optimiser notamment leur démarche de veille.

Afin de développer davantage les compétences professionnelles en Web, cette ressource peut-être l'occasion pour les étudiants de :

- définir ou déduire une stratégie en information orientée web, notamment objectifs, identification des cibles, des concurrents, des partenaires, règles retenues pour le référencement, choix du contenu informationnel ;
- analyser un site web à partir d'une grille de critères approfondis ;
- choisir les contenus visuels, rédiger les contenus textuels tout en veillant à la fiabilité, à la qualité des sources et à leur citation, les organiser et les mettre à jour ;
- se familiariser aux principes essentiels en matière d'ergonomie (prise en compte des modes de lecture à l'écran) et d'accessibilité ;
- penser les bases du référencement.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CSS – CMS – Stratégies informationnelles – Collecte d'information / de données

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 12 heures de TP

2.3.17. Ressource R1.INFONUM.17 : Gestion de projet

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.03 | Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information

Descriptif :

Cette ressource aborde d'un point de vue méthodologique la conduite de projet. Il permet de sensibiliser les étudiants à l'importance de la dynamique de groupe (motivation, implication, gestion de crise) pour créer une synergie permettant une amélioration continue de la stratégie de projet.

Les étudiants devront être autant capables de communiquer entre eux pour faire aboutir le projet que de le défendre lors de sa présentation.

Il s'agira :

- de dresser le périmètre du projet (objectifs visés, collecte et analyse des besoins, livrables attendus, délais impartis et ressources disponibles, contraintes identifiées) afin de réaliser une note d'opportunité (ou « note de cadrage » ou « pré-projet sommaire ») ;
- d'identifier les parties prenantes et leurs rôles respectifs ;
- de cerner les étapes-clés de la démarche de projet ;
- de bâtir un plan d'action (via un organigramme technique de projet par exemple) par l'identification des tâches, leur décomposition et leur hiérarchisation ;
- de réaliser un calendrier du projet (planning, rétro-planning) à l'aide d'outils ou de méthodes (diagramme de Gantt, graphe de PERT) ;
- de mobiliser des méthodes et outils collaboratifs et/ou spécifiques à la gestion de projet.

Les étudiants seront capables de conduire un projet en mettant en œuvre une méthode et en mobilisant les outils adéquats.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Analyse des besoins – Démarche de projet – Méthode SMART – Équipe projet – Diagramme de Gantt – Livrable.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 5 heures de TP

2.3.18. Ressource R1.INFONUM.18 : Démarche de veille

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.04 | Élaborer une bibliographie normée

Descriptif :

En fin de ressource, les étudiants seront en mesure de réaliser une activité de veille de premier niveau avec restitution d'un livrable. Ils seront capables de mettre en place un processus de veille, en réponse à un besoin de complexité moyenne, défini par une organisation, dans un contexte donné. Pour cela, ils utiliseront une méthodologie rigoureuse et des outils adaptés pour la collecte, le traitement et l'analyse de données en vue de produire de la valeur ajoutée informationnelle.

Il s'agira de :

- connaître, comprendre et analyser les besoins d'information ;
- délimiter un sujet de recherche ;
- identifier, caractériser, sélectionner et localiser des sources à l'aide de critères ;
- distinguer, définir et différencier les différents niveaux et types de veille ;

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Veille – Outil de veille – Plan de veille – Méthode push et pull – Sourcing – Recherche d'informations spécialisées.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.19. Ressource R1.INFONUM.19 : PAO et médias professionnels

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.INFONUM.03 | Comprendre les besoins des usagers d'un système d'information

Descriptif :

En prolongement des ressources communes « PAO » et « Image et son », cette ressource pourra aborder plus spécifiquement la création de supports graphiques et visuels d'information (notamment des infographies et des vidéos). L'objectif est de travailler sur l'organisation visuelle des contenus, dans une logique de hiérarchisation et de valorisation de l'information, en vue de réaliser des produits d'infographie (fixes ou animés) à l'aide des logiciels spécialisés.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée

Mots clés :

Infographie – Traitement de l'image

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 10 heures de TP

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAE 2.02 Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	SAE 2.INFONUM.03 Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique	SAE 2.INFONUM.04 Produire un de préconisations de veille	STAGE.INFONUM Stage InfoNur	PORTFOLIO Portfolio InfoNum S:	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.INFONUM.11 Recherche d'information spécialisée	R2.INFONUM.12 Analyse des besoins	R2.INFONUM.13 Bases de données documentaires	R2.INFONUM.14 Veille informationnelle et e-réputation	R2.INFONUM.15 Recherches iconographiques, audio ou vidéo	R2.INFONUM.16 Approfondissements de Veille et de l'informatique professionnels	
Décrypter	AC11.01	X	X			X	X	X	X	X	X						X							
	AC11.02					X	X										X							
	AC11.03					X	X		X								X							
Partager	AC12.01	X				X	X										X							
	AC12.02		X			X	X					X	X	X	X		X							
	AC12.03					X	X										X							
	AC12.04	X				X	X									X	X							
Déployer	AC13.01			X		X	X										X		X					
	AC13.02			X		X	X										X			X				
	AC13.03			X		X	X										X			X		X		
	AC13.04			X		X	X										X		X					
	AC13.05			X		X	X										X	X	X			X	X	
Veiller	AC14.01				X	X	X										X	X			X	X	X	
	AC14.02				X	X	X										X	X			X			
	AC14.03				X	X	X										X				X		X	
Volume total							18	18	20	14	20	20	20	15	15	10	12	12	15	24	15	15	263	
Dont TP							0	0	0	0	6	6	6	6	0	5	0	0	12	12	12	12	77	
Adaptation Locale (SAÉ)				38																				38
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)													48											48
TP Adaptation locale													16											16

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (afiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'usagers ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.INFONUM.03 : Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **comprendre les enjeux d'une politique d'information maîtrisée en utilisant les outils et méthodes d'analyse et d'évaluation des processus et des systèmes.**

Descriptif générique :

Il s'agit d'analyser un système d'information (documentaire, web...) en mettant en œuvre une méthode clairement définie.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers
- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.INFONUM.11 | Recherche d'information spécialisée
- R2.INFONUM.12 | Analyse des besoins
- R2.INFONUM.13 | Bases de données documentaires
- R2.INFONUM.16 | Approfondissements du Web et de l'informatique professionnels

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.INFONUM.04 : Produire une note de préconisations de veille

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire une note de préconisations de veille afin de répondre aux besoins d'information d'une organisation.**

Descriptif générique :

Il s'agit de mettre en place une démarche de veille (objectifs, périmètre, sources, outils, livrables) afin de produire une note de préconisations.

Pour cela, il faut utiliser différents outils et dispositifs de veille.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.INFONUM.11 | Recherche d'information spécialisée
- R2.INFONUM.14 | Veille informationnelle et e-réputation
- R2.INFONUM.15 | Recherches iconographiques, audio ou vidéo

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. STAGE.INFO NUM : Stage InfoNum S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers
- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S2
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.02 | Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers
- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.INFONUM.11 : Recherche d'information spécialisée

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.03 | Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique
- SAÉ 2.INFONUM.04 | Produire une note de préconisations de veille

Descriptif :

Cette ressource vise à amener les étudiants à être en mesure de répondre à un besoin d'information élaboré, en planifiant les différentes étapes de leur recherche, en choisissant les sources pertinentes et spécialisées (nationales et internationales) et en maîtrisant l'usage des outils de recherche avancés.

Les apprentissages visés sont les suivants :

- définir le concept de besoin d'information et ses caractéristiques
- mettre en œuvre des méthodes d'analyse des besoins d'information dans des domaines professionnels et/ou spécialisés.
- connaître les sources d'information dans différents domaines spécifiques (économique, scientifique et technique, juridique, etc.)
- interroger et tirer parti de différentes bases de données documentaires spécialisées (actualité, brevet, photothèque, vidéothèque...).
- construire une stratégie de recherche pertinente (choix des sources et des outils) et une méthodologie adaptée (choix des Mots-clés, requêtes).
- identifier des acteurs de référence (experts, organismes internationaux).
- être capable d'évaluer et sélectionner l'information,
- mettre en œuvre les règles de citation des sources.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources

Mots clés :

Recherche d'information – Outil de recherche – Analyse d'un besoin d'information – Information scientifique technique et économique (ISTE)

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.12. Ressource R2.INFONUM.12 : Analyse des besoins

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.03 | Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique

Descriptif :

L'analyse des besoins consiste à identifier les attentes et les désirs d'une organisation ou de ses usagers pour construire ou faire évoluer une offre de produit ou de service. Cette ressource, qui précède l'analyse d'un système d'information, permet aux étudiants de :

- appréhender les techniques d'enquête (questionnaires, entretiens, focus group...)
- mettre en pratique les techniques de recueil et d'analyse des besoins des utilisateurs
- apprendre à reformuler des besoins en exigences (fonctionnelles, « métier »...) en tenant compte des règles de gestion et des diverses contraintes

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

Mots clés :

Besoins des usagers – techniques d'enquête – questionnaire – entretien – réunion

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.13. Ressource R2.INFONUM.13 : Bases de données documentaires

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.03 | Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est :

- de comprendre le fonctionnement d'un système de gestion de base de données (SGBD) ou de tout autre outil de gestion de contenu de type DAM (photothèque/vidéothèque) ;
- de connaître l'offre existante sur le marché proposée par les éditeurs de logiciels et les grandes bases de données spécialisées existantes connues ;
- de pouvoir paramétrer la base de données selon les besoins de l'organisation et selon les ressources documentaires concernées ;
- de connaître les différents standards de métadonnées spécifiques aux ressources documentaires décrites (documents textuels/graphiques, support papier/numérique, thématiques/domaines...) ;
- de mobiliser les différents référentiels existants (normes, langages documentaires, nomenclatures, etc.) les plus adaptés ;
- de réfléchir aux formats d'échange à adopter dans un souci d'interopérabilité et de mutualisation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.04 | Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités

Mots clés :

SGBD – DAM – base de données documentaires spécialisées – standards de métadonnées – catalogage – indexation – formats d'échange – interopérabilité

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 12 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.INFONUM.14 : Veille informationnelle et e-réputation

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.04 | Produire une note de préconisations de veille

Descriptif :

En fin de ressource, les étudiants seront en mesure de réaliser une activité de veille de premier niveau avec restitution d'un livrable. Ils seront capables de mettre en place un processus de veille, en réponse à un besoin de complexité moyenne, défini par une organisation, dans un contexte donné. Pour cela, ils utiliseront une méthodologie rigoureuse et des outils adaptés pour la collecte, le traitement et l'analyse de données en vue de produire de la valeur ajoutée informationnelle.

Il s'agira de :

- mettre en place une démarche de veille, comprenant objectifs, périmètre, sources, outils, livrables ;
- se familiariser avec différents outils et dispositifs de veille ;
- organiser une recherche pertinente d'information sur le web ;
- définir des critères d'évaluation des sources et des contenus ;
- réaliser différents livrables tels que des notes de veille, note de préconisation, rapports de veille, budget prévisionnel, échéancier.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.02 | Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Veille – Outil de veille – Plan de veille – Intelligence économique – Méthode push et pull – Sourcing – Recherche d'informations spécialisées.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 12 heures de TP

3.3.15. Ressource R2.INFONUM.15 : Recherches iconographiques, audio ou vidéo

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.04 | Produire une note de préconisations de veille

Descriptif :

En prolongement des ressources communes « PAO » et « Image et son », cette ressource pourra aborder plus spécifiquement la recherche de ressources iconographiques, audio ou vidéo en vue de leur insertion dans un projet de création de support multimédia.

L'objectif est de connaître et de savoir mobiliser des banques de ressources spécialisées (maîtrise des logiques d'indexation propres), de connaître et respecter les modalités et conditions d'usages de ces documents (droits d'auteurs, droits d'usages...) et de savoir en évaluer l'originalité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés
- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée

Mots clés :

Recherche iconographique – Traitement de l'image

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 12 heures de TP

3.3.16. Ressource R2.INFONUM.16 : Approfondissements du Web et de l'informatique professionnels

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.INFONUM.03 | Analyser un système d'information (SI) de façon méthodique

Descriptif :

Afin de développer les compétences professionnelles en Web, cette ressource est l'occasion pour les étudiants de :

- approfondir leurs compétences bureautiques, notamment les tableurs (agrégation, tri, tableaux croisés dynamiques, graphiques) ;
- s'initier aux techniques et outils d'extraction de contenu (web scraping) ;
- découvrir les techniques et outils de fouille de texte (text mining) et/ou d'exploration de données (data mining) ;
- appréhender les bases algorithmiques ;
- s'initier aux techniques de représentation visuelle des données (infographie, data visualisation).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.05 | Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information
- AC14.01 | Rechercher et gérer de l'information spécialisée
- AC14.03 | Mettre en place une collecte automatisée

Mots clés :

Traitement automatisé d'information / de données – Text mining – Data mining – Web scraping – Data visualisation –

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 12 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3.INFONUM.01 Partager et valoriser de l'information (Training)	SAE 3.INFONUM.02 Constituer l'fonds spécifique	PORTFOLIO Portfolio InfoNum SAE	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.INFONUM.08 Techniques de communication numérique	R3.INFONUM.09 Data et documents	R3.INFONUM.10 Pratiques collaboratives et partage des connaissances	R3.INFONUM.11 Analyse d'un système d'information	R3.INFONUM.12 Projets de dématérialisation	R3.INFONUM.13 Veille stratégique et intelligence économique
Décrypter	AC21.01				X	X					X						
	AC21.02	X		X			X				X						
	AC21.03	X	X	X							X						
Partager	AC22.02	X		X				X	X	X	X						
	AC22.03	X	X	X				X	X	X	X						
	AC22.04		X	X	X	X					X						
	AC22.05	X	X	X			X				X						
Déployer	AC23.01		X	X							X		X			X	
	AC23.02		X	X							X		X			X	
	AC23.03		X	X							X		X			X	
	AC23.04	X		X							X		X			X	
Veiller	AC24.01	X		X							X			X			X
	AC24.02	X		X							X			X			X
	AC24.03	X		X							X			X			X
Valoriser	AC25.01	X									X	X			X		
	AC25.02	X		X							X	X			X		
	AC25.03	X		X							X	X			X		
	AC25.04	X		X							X	X			X		
Volume total				20	30	20	20	20	20	10	12	12	10	10	10	10	204
Dont TP				0	0	0	10	10	10	0	10	10	6	8	8	8	80
Adaptation Locale (SAE)		55															55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)									81								81
TP Adaptation locale									45								45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.INFONUM.01 : Partager et valoriser de l'information (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire un projet collaboratif de publication (de type blog, compte sur les réseaux sociaux, site intranet...)** visant à **partager une information qualifiée à une communauté (veille) et avec une démarche de structuration, d'enrichissement et de valorisation de l'information (éditorialisation).**

Descriptif générique :

Le projet implique la mise en place d'outils communs (ressources graphiques, bases de données documentaires...) structurés et exploitables collectivement, notamment via des dispositifs de partage de l'information et de travail collaboratif.

Cette activité se concentre sur la mise en place du dispositif : collecte et organisation des ressources nécessaires, rédaction d'un cahier des charges pour le choix d'une solution de partage de l'information et/ou d'une plateforme collaborative, prise en compte d'une stratégie éditoriale existante, etc...

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.INFONUM.08 | Techniques de communication numérique
- R3.INFONUM.10 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.INFONUM.02 : Constituer un fonds spécifique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre aux besoins informationnels d'une organisation en constituant un fonds documentaire spécifique.**

Descriptif générique :

En fonction des besoins en ressources documentaires d'une organisation, il s'agit de réfléchir aux critères de sélection qui président la constitution d'un fonds documentaire spécifique.

Cela nécessite :

- de définir, en amont, les critères de sélection qui constitueront ce fonds spécifique : sélection selon le type de documents (documents graphiques, textuels, multimédia), le support, les thèmes abordés... ;
- d'identifier les sources documentaires potentielles (bases de données bibliographiques, textuelles, iconographiques, multimédias...) et de sélectionner des documents ;
- d'assurer le signalement de la/des collection(s) constituant ce fonds spécifique en réalisant le traitement technique et intellectuel des documents (leur catalogage et leur indexation), ce qui requiert la maîtrise des normes de catalogage et la connaissance des divers langages documentaires (classifications, listes de vedettes-matière ou thésaurus) ;
- de réfléchir à la granularité de l'information traitée : l'unité documentaire est-elle le document primaire entier ou une partie de celui-ci ?
- de réfléchir aux points d'accès à privilégier pour faciliter la consultation et la recherche par les futurs usagers/utilisateurs potentiels.

Apprentissages critiques :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.INFONUM.09 | Data et documents
- R3.INFONUM.10 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R3.INFONUM.12 | Projets de dématérialisation

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblés en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.INFONUM.08 | Techniques de communication numérique
- R3.INFONUM.09 | Data et documents
- R3.INFONUM.10 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R3.INFONUM.11 | Analyse d'un système d'information
- R3.INFONUM.12 | Projets de dématérialisation
- R3.INFONUM.13 | Veille stratégique et intelligence économique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaire) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.INFONUM.08 : Techniques de communication numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.INFONUM.01 | Partager et valoriser de l'information (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

Cette ressource permet d'approfondir les bases de la communication digitale, et d'apprendre à maîtriser les techniques et outils de communication numérique. Le contenu pédagogique pourra s'inscrire dans les champs suivants :

- bases de la communication numérique
- écriture web
- réseaux sociaux numériques
- community management
- systèmes de gestion de contenus (CMS)
- serveurs et transferts FTP
- bases de données et requêtes SQL
- outils de référencement et d'analyse d'audience

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Mots clés :

Communication numérique – Écriture web – Réseaux sociaux – Community management – CMS – FTP – SQL – Référencement – Analyse d'audience

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.INFONUM.09 : Data et documents

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.INFONUM.02 | Constituer un fonds spécifique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

Cette ressource, qui s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, est l'occasion pour les étudiants de manipuler **documents** et **données** (data) dans une optique de conservation, de partage ou de valorisation afin de répondre aux besoins des usagers d'un système d'information.

Les quatre semestres doivent permettre de proposer une progression pédagogique autour de la collecte et l'exploitation des documents et des données.

Au S3, l'accent est mis sur le traitement des documents et de leurs métadonnées. Cette ressource doit amener les étudiants à concevoir, renseigner et manipuler des métadonnées en respectant les vocabulaires, schémas ou ontologies associés. Les notions suivantes pourront être approfondies :

- Plan de gestion des documents
- Vocabulaires contrôlés, Schémas de métadonnées, Ontologie
- Format de représentation (YAML)
- Langages de description (XML, RDF)
- Langages de balisage léger (Markdown)
- Fouille de texte (text-mining)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information

Mots clés :

traitement des documents – métadonnées – ontologie – langages de description – fouille de texte

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.INFONUM.10 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.INFONUM.01 | Partager et valoriser de l'information (Training)
- SAÉ 3.INFONUM.02 | Constituer un fonds spécifique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

Les **pratiques collaboratives** et le **partage des connaissances** sont un objectif incontournable de l'organisation apprenante. **L'intelligence collective** est au cœur de ces nouvelles pratiques qui permettent de développer l'animation de communauté de pratiques.

Cette ressource s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, et doit permettre de proposer une progression pédagogique autour de ces notions.

Au S3, l'objectif est d'appréhender le travail collaboratif notamment autour d'un projet éditorial. Il s'agit pour les étudiants de :

- Approfondir les outils de type CMS
- Définir des rôles et gestion des droits en conséquences
- Définir un circuit de publication
- Organiser un workflow
- Définir une ligne et une charte éditoriale
- Modérer et animer l'équipe de contributeurs

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique

Mots clés :

Intelligence collective – Travail collaboratif – Projet éditorial

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 6 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.INFONUM.11 : Analyse d'un système d'information

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de permettre à l'étudiant d'appréhender l'ensemble des activités à mener pour effectuer l'analyse de l'existant d'un système d'information, indispensable à la structuration et à la conception d'un nouveau système.

Elle permet d'élaborer un diagnostic afin de rechercher et de mettre en place des solutions rendant le système d'information plus performant.

À travers cette ressource, les étudiants pourront :

- mobiliser les théories du management de l'information et des principes des systèmes d'information pour comprendre les enjeux du management de l'information
- se positionner au sein du système d'information de l'organisation
- utiliser des outils et méthodes d'analyse et d'évaluation des processus et des systèmes
- mettre en pratique les techniques de recueil et d'analyse des besoins des utilisateurs
- apprendre à reformuler des besoins en exigences (fonctionnelles, « métier »...) en tenant compte des règles de gestion et des diverses contraintes
- mettre en œuvre une démarche d'analyse fonctionnelle

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Mots clés :

Stratégie d'entreprise – Audit – Politique documentaire – Système d'information

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 8 heures de TP

4.3.12. Ressource R3.INFONUM.12 : Projets de dématérialisation

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.INFONUM.02 | Constituer un fonds spécifique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'amener l'étudiant à maîtriser les procédures de dématérialisation, tant sur le plan conceptuel que technique, afin de pouvoir mener des projets de dématérialisation en autonomie. Les étudiants seront amenés à utiliser un outil de gestion électronique de document (GED) ou de gestion de contenu d'entreprise (ECM).

Il s'agira de concevoir un projet de dématérialisation en maîtrisant les différentes étapes de l'acquisition à la diffusion en passant par l'archivage.

Cette ressource permettra de :

- piloter le projet : des spécifications jusqu'à l'intégration (management de projet et conduite du changement)
- s'inscrire dans la stratégie de numérisation d'un organisme public ou privé
- prendre en compte les différents types d'objets documentaires et des paramètres internes.
- maîtriser les enjeux et problématiques de la dématérialisation et de la rationalisation des processus documentaires : avantages, inconvénients
- respecter les contraintes réglementaires et légales
- choisir et comparer les solutions de dématérialisation

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information

Mots clés :

G.E.D. – E.C.M. – transition numérique – numérisation – benchmark – workflow (flux de travail) – knowledge management (management des connaissances)

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 8 heures de TP

4.3.13. Ressource R3.INFONUM.13 : Veille stratégique et intelligence économique

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S3

Descriptif :

La veille stratégique est un pilier de l'intelligence économique. L'objectif de cette ressource est de comprendre en quoi la veille stratégique est devenue indispensable dans un environnement fortement concurrentiel et constitue une aide à la prise de décision. Les étudiants devront être capables :

d'identifier les différents types de veille stratégique en jeu selon les axes de surveillance définis en amont : veille technologique, juridique, brevet, e-reputation, commerciale, concurrentielle...

de repérer les sources informationnelles pertinentes à valeur ajoutée : bases de données spécialisées, agrégateurs de presse et ce, quelles que soient les modalités d'accès (abonnement / open access), sans négliger les sources humaines (experts, chercheurs, think tanks...) et celles du web 2.0

de comprendre les possibilités de recherche experte et de veille automatisée (mode push) proposées par ces divers gisements informationnels : abonnements à des flux RSS, alertes portant sur des équations complexes

de maîtriser l'utilisation d'une plateforme de veille professionnelle : intégration de critères de filtrage précis, recours aux fonctionnalités spécifiques proposées par l'outil...

d'élaborer différents types de livrables (d'alertes, ponctuels, réguliers) selon les besoins de l'organisation et le profil du/des destinataire(s).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique

Mots clés :

Agrégateur – Bases de données spécialisées – Benchmarking – Flux RSS – Intelligence économique – Livrable – Plateforme de veille – Push – Sourcing – Veille stratégique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 8 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 4.INFONUM.01 Partager et valoriser de l'information	SAÉ 4.INFONUM.02 Réaliser une prestation de veille	STAGE INFONUM Stage InfoNur	PORTFOLIO Portfolio INO S4	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.INFONUM.08 Pratiques collaboratives et partage des connaissances	R4.INFONUM.09 Records management	R4.INFONUM.10 Référencement	R4.INFONUM.11 Data et documents
Décrypter	AC21.01		X	X	X	X						X				
	AC21.02	X		X	X			X				X				
	AC21.03	X	X	X	X		X	X				X				
Partager	AC22.02	X	X	X	X				X	X	X	X				
	AC22.03	X	X	X	X				X	X	X	X				
	AC22.04			X	X	X						X				
	AC22.05	X	X	X	X		X	X				X				
Déployer	AC23.01		X	X	X							X				X
	AC23.02		X	X	X							X				X
	AC23.03	X		X	X							X	X	X	X	X
	AC23.04	X		X	X							X	X	X	X	X
Veiller	AC24.01	X	X	X	X							X	X			
	AC24.02	X	X	X	X							X	X			
	AC24.03	X	X	X	X							X	X			
Valoriser	AC25.01			X	X							X				
	AC25.02	X	X	X	X							X				
	AC25.03	X		X	X							X				
	AC25.04	X		X	X							X			X	
Volume total					18	18	18	20	20	20	10	9	8	8	8	9
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	7	8	8	8	7
Adaptation Locale (SAÉ)		44														
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)								60								
TP Adaptation locale								35								

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.INFONUM.01 : Partager et valoriser de l'information

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire un projet collaboratif de publication (de type blog, compte sur les réseaux sociaux, site intranet...)** visant à **partager une information qualifiée à une communauté (veille) et avec une démarche de structuration, d'enrichissement et de valorisation de l'information (éditorialisation).**

Descriptif générique :

Le projet implique la mise en place d'outils communs (ressources graphiques, bases de données documentaires...) structurés et exploitables collectivement, notamment via des dispositifs de partage de l'information et de travail collaboratif.

Cette activité se concentre sur la réalisation : Valorisation des résultats de sa veille, création de contenus pour valoriser l'information (lettre d'info, infographie, dataviz...), animation d'un réseau de contributeurs (formations, charte éditoriale, etc...)...

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.INFONUM.08 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.INFONUM.02 : Réaliser une prestation de veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **traiter un sujet de veille soumis par un commanditaire extérieur.**

Descriptif générique :

Cela consiste à :

- cerner le sujet de veille
- analyser les besoins informationnels du commanditaire
- rechercher l'information pertinente en mettant en place une stratégie de veille adaptée
- synthétiser l'information et la mettre en perspective afin de fournir au commanditaire la base d'une réflexion stratégique
- formuler des recommandations

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.INFONUM.08 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R4.INFONUM.11 | Data et documents

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. STAGE.INFO NUM : Stage InfoNum S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

5.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.INFONUM.08 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R4.INFONUM.09 | Records management
- R4.INFONUM.10 | Référencement
- R4.INFONUM.11 | Data et documents

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S4
- PORTFOLIO | Portfolio INO S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information
- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique
- AC25.01 | Analyser la structuration de l'information d'un site web
- AC25.02 | Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
- AC25.03 | Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.INFONUM.08 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.INFONUM.01 | Partager et valoriser de l'information
- SAÉ 4.INFONUM.02 | Réaliser une prestation de veille
- PORTFOLIO | Portfolio INO S4

Descriptif :

Les **pratiques collaboratives** et le **partage des connaissances** sont un objectif incontournable de l'organisation apprenante. **L'intelligence collective** est au cœur de ces nouvelles pratiques qui permettent de développer l'animation de communauté de pratiques.

Cette ressource s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, et doit permettre de proposer une progression pédagogique autour de ces notions.

Au S4, l'objectif est d'organiser et d'animer le partage des connaissances au sein d'une entreprise ou d'une communauté en ligne. Il s'agit, pour l'étudiant de :

- Comprendre son environnement professionnel et identifier les interactions informationnelles
- Identifier les besoins des usagers et proposer les dispositifs collaboratifs pertinents
- Connaître et savoir utiliser les outils collaboratifs ou services numériques contributifs
- Former les usagers à ces outils
- Créer, animer, coordonner, modérer une communauté de pratiques ou de connaissances

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
- AC24.02 | Diffuser les résultats de la veille
- AC24.03 | Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique

Mots clés :

Intelligence collective – Innovation – Partage des connaissances

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 9 heures dont 7 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.INFONUM.09 : Records management

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio INO S4

Descriptif :

Le records management a pour objet l'ensemble des documents "à archiver", c'est-à-dire les documents que l'organisme aura décidé de préserver à titre de preuve ou en raison de leur valeur informationnelle.

Il s'agira donc d'apprendre les techniques autour du cycle de vie du document : garantir que le document existe, que l'on sait où le trouver, qu'il est accessible, qu'il est traçable, qu'il est authentique, fiable, intègre et exploitable.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information

Mots clés :

Documents d'activités – GED – Archivage numérique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

5.3.10. Ressource R4.INFONUM.10 : Référencement

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio INO S4

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de savoir organiser et optimiser le référencement d'un contenu web.

Il s'agira, pour les étudiants, de

- connaître les critères du référencement naturel,
- réaliser un audit technique simple d'un site web,
- organiser le référencement naturel d'un contenu web (stratégie de mot-clés, optimisation In-page/off-page).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC25.04 | Appliquer les règles du référencement

Mots clés :

Référencement naturel – SEO – Référencement mobile – Audit SEO – Mesure d'audience

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

5.3.11. Ressource R4.INFONUM.11 : Data et documents

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.INFONUM.02 | Réaliser une prestation de veille
- PORTFOLIO | Portfolio INO S4

Descriptif :

Cette ressource, qui s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, est l'occasion pour les étudiants de manipuler **documents** et **données** (data) dans une optique de conservation, de partage ou de valorisation afin de répondre aux besoins des usagers d'un système d'information.

Les quatre semestres doivent permettre de proposer une progression pédagogique autour de la collecte et l'exploitation des documents et des données.

Au S4, la ressource s'articule autour des outils et méthodes de gestion électronique des documents. Il s'agit, pour les étudiants de savoir concevoir et paramétrer des bases de données ainsi que d'apprendre à utiliser et administrer des logiciels de gestion de bases de données. Les notions suivantes pourront être abordées :

- Modélisation des données en vue d'un traitement
- Méthodologie Merise, Modèle conceptuel de données (MCD), modèle logique de données (MLD)
- Bases de données relationnelles (MySQL, MariaDB)
- Bases de données Low-Code (AirTable, BaseRow, NocoDB)
- Base de connaissances (RDF, RDFS)
- Langages de requêtes (SQL, SPARQL)

À l'issue de la deuxième année, les étudiants sont capables de concevoir un document structuré et navigable dont les données sont enregistrées dans des bases qu'ils savent administrer et interroger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
- AC23.02 | Concevoir une base de données
- AC23.03 | Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
- AC23.04 | Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information

Mots clés :

outils et méthodes de gestion électronique des documents – bases de données

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 9 heures dont 7 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 5. INFONUM.01 Mettre en p une stratégie de communication numérique	SAÉ 5. INFONUM.02 Accompagnr utilisateurs	PORTFOLIO Portfolio InfoNum S	RS.01 Sciences de l'information et de la communication	RS.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	RS.03 Responsabilité sociale des organisations	RS.04 Projet personnel et professionnel	RS. INFONUM.05 Data et documents	RS. INFONUM.06 Pratiques collaboratives et partage des connaissances	RS. INFONUM.07 Architecture de l'information	RS. INFONUM.08 Stratégies de veille collaborative	RS. INFONUM.09 Stratégies de communication numérique	RS. INFONUM.10 Politique d'archivage et de conservation	RS. INFONUM.11 Droit de l'information	RS. INFONUM.12 Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X			X								
	AC31.02	X	X	X		X		X								
	AC31.03	X	X	X			X	X								
Déployer	AC33.01							X						X	X	
	AC33.02	X	X	X				X						X	X	
	AC33.03							X						X		X
	AC33.04							X	X						X	X
	AC33.05							X						X	X	X
Veiller	AC34.01							X	X			X				
	AC34.02	X		X				X	X			X				
	AC34.03							X				X				
Valoriser	AC35.01	X		X				X		X	X		X			
	AC35.02	X		X				X	X	X	X		X			
	AC35.03	X		X				X			X		X			
	AC35.04		X	X				X		X	X		X			
Volume total				15	15	20	10	18	18	18	12	18	12	12	18	186
Dont TP				0	0	0	0	4	4	4	0	6	4	0	4	26
Adaptation Locale (SAÉ)		50														50
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)								74								74
TP Adaptation locale								45								45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.INFONUM.01 : Mettre en place une stratégie de communication numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **mettre en place une stratégie de contenus afin d'animer et diffuser les ressources informationnelles internes et externes à une organisation.**

Descriptif générique :

Ce projet devra inclure une **stratégie de contenu différenciée** utilisant les supports de gestion de l'information en place dans l'organisation :

- système de veille stratégique
- GED
- communication interne

Livrables : Cartographie de contenus informationnels type de l'organisation - Stratégie de contenu différenciée

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.INFONUM.05 | Data et documents
- R5.INFONUM.06 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R5.INFONUM.07 | Architecture de l'information
- R5.INFONUM.08 | Stratégies de veille collaborative
- R5.INFONUM.09 | Stratégies de communication numérique
- R5.INFONUM.10 | Politique d'archivage et de conservation
- R5.INFONUM.12 | Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.INFONUM.02 : Accompagner les utilisateurs

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**accompagner les utilisateurs vers la maîtrise d'un nouvel outil, voire d'un geste professionnel.**

Descriptif générique :

Accompagner les utilisateurs vers la maîtrise d'un nouvel outil, voire d'un geste professionnel relève de l'ingénierie de formation.

Il s'agit d'aborder les aspects logistiques (modalités, coûts, délais, outils et ressources spécifiques nécessaires) et pédagogiques et de réfléchir aux différentes étapes à concevoir. Cela nécessite d'être capable :

- d'analyser la situation initiale : analyse du besoin (de l'organisation, du profil des utilisateurs ciblés) et des contraintes afin de définir les objectifs de la formation ;
- de concevoir une formation : élaboration du scénario pédagogique, création de documents de guidance, identification des moments d'évaluation...
- de réaliser la formation selon les stratégies pédagogiques choisies : présentiel / à distance / formation hybride, formation individuelle/en groupe, mode synchrone/asynchrone...
- d'évaluer le dispositif de formation, ce qui nécessite d'avoir défini en amont des critères et indicateurs de réussite.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.INFONUM.06 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R5.INFONUM.12 | Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.INFONUM.05 | Data et documents
- R5.INFONUM.06 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R5.INFONUM.07 | Architecture de l'information
- R5.INFONUM.08 | Stratégies de veille collaborative
- R5.INFONUM.09 | Stratégies de communication numérique
- R5.INFONUM.10 | Politique d'archivage et de conservation
- R5.INFONUM.11 | Droit de l'information
- R5.INFONUM.12 | Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle
- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative
- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation

- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.INFONUM.05 : Data et documents

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

Cette ressource, qui s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, est l'occasion pour les étudiants de manipuler **documents** et **données** (data) dans une optique de conservation, de partage ou de valorisation afin de répondre aux besoins des usagers d'un système d'information.

Les quatre semestres doivent permettre de proposer une progression pédagogique autour de la collecte et l'exploitation des documents et des données.

Au S5, la ressource se concentre sur la collecte et le traitement des données. Il s'agit de pouvoir identifier et sélectionner les sources pertinentes de données (data sets) et de savoir les nettoyer, les trier, les réconcilier dans une optique de valorisation et de médiation de l'information. Les notions suivantes pourront être abordées :

- Formats de données
- Plan de gestion des données
- Sécurité des données
- Technique d'enquête
- Open Data / Linked Open Data
- Technique et outils de traitement des données (Tableurs, OpenRefine, Tableau...)
- Fouille de données (data-mining)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation

Mots clés :

collecte et traitement des données – formats de données – open data – fouille de données – technique d'enquête

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 4 heures de TP

6.3.6. Ressource R5.INFONUM.06 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- SAÉ 5.INFONUM.02 | Accompagner les utilisateurs
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

Les **pratiques collaboratives** et le **partage des connaissances** sont un objectif incontournable de l'organisation apprenante. **L'intelligence collective** est au cœur de ces nouvelles pratiques qui permettent de développer l'animation de communauté de pratiques.

Cette ressource s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, et doit permettre de proposer une progression pédagogique autour de ces notions.

Au S5, cette ressource permet d'aborder notamment :

- la pensée systémique
- l'intelligence collective
- la posture et rôle du chef de projet en intelligence collective

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Intelligence collective – Innovation – Pensée systémique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 4 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.INFONUM.07 : Architecture de l'information

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

Cette ressource permet d'aborder :

- les bases théoriques et méthodologiques de l'architecture de l'information en tant que domaine professionnel et de recherche autour des interfaces digitales comme les sites et plateformes web.
- l'histoire de la discipline et relations des concepts et méthodes avec des domaines proches comme l'expérience utilisateur et le design de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Webdesign – Design d'Interface – Design de l'information – Expérience utilisateur

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 4 heures de TP

6.3.8. Ressource R5.INFONUM.08 : Stratégies de veille collaborative

Compétence ciblée :

- Concevoir une démarche de veille

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

La dimension collaborative de la veille permet aux organisations d'augmenter leur efficacité, notamment en termes de réactivité, et constitue en cela une plus-value inestimable. Il s'agit d'aborder les stratégies à développer qui permettent d'organiser et d'animer un dispositif de veille collaborative. Pour cela il convient de :

- repérer les forces et les faiblesses de l'organisation relatives à la collecte de l'information. Cette analyse de l'existant passe par l'identification des personnes ressources / collaborateurs potentiels dans une perspective de knowledge management et d'empowerment ;
- réfléchir au pilotage du dispositif de veille collaborative : convaincre, accompagner, former les différents veilleurs et valoriser les résultats de leur veille ;
- d'analyser les fonctionnalités des différents outils professionnels (plateformes de veille, RSE) qui optimisent le travail collaboratif.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative

Mots clés :

Conduite de projet – Empowerment – Intelligence collective – Knowledge management – Outils collaboratifs – Pilotage – Veille collaborative

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

6.3.9. Ressource R5.INFONUM.09 : Stratégies de communication numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'amener l'étudiant à mettre en place une **stratégie de communication numérique** et à concevoir des **actions de communication digitale** adaptées aux cibles et aux canaux de communication en s'appuyant sur :

- le référencement (mesure d'audience, référencement naturel/commercial, méthodes de référencement...)
- le responsive design (spécificités des canaux digitaux)
- l'optimisation de contenu/netlinking

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Stratégie de communication numérique – Plan de communication digitale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 6 heures de TP

6.3.10. Ressource R5.INFONUM.10 : Politique d'archivage et de conservation

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

Cette ressource permet de concevoir une **politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes.**

L'apprentissage se fera donc au tour du "système de records management" ayant les fonctions principales suivantes :

- veiller à ce que le document essentiel à l'organisme existe,
- prendre en charge le document depuis sa création jusqu'à son sort final (destruction ou versement aux archives définitives),
- conserver le document dans son contexte ou en lien avec lui,
- garantir la conservation des documents et leur restitution dans des délais et sur des supports adaptés,
- assurer la traçabilité du document,
- communiquer le document selon les droits d'accès associés.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

Mots clés :

Archivage numérique – Management stratégique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 4 heures de TP

6.3.11. Ressource R5.INFONUM.11 : Droit de l'information

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

L'objectif est d'initier les étudiants aux bases du droit d'Internet et notamment au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), du droit d'auteur, du droit à l'image, du droit de la presse et du droit à la propriété industrielle, afin de leur permettre d'avoir, dans leur pratique professionnelle, de « bons réflexes » en ces matières :

- droits des auteurs (bénéficiaires, durée, sanctions pénales)
- droit à la propriété industrielle (brevets, marques, modèles)
- droit à l'image (code civil / code pénal)
- droit de la presse

Pourront être convoqués des textes réglementaires français et européens, comme :

- le règlement UE 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE
- le code de la propriété intellectuelle (CPI) créé par la loi n° 92-597 du 1er juillet 1992, réunissant la propriété industrielle et la propriété littéraire et artistique
- la convention de Berne 9 sept 1886
- le traité de l'OMPI du 20 décembre 1996
- les directives 2001/29/CE et 2001/84/CE
- la loi « DADVSI » du 1er août 2006
- les lois « HADOPI » de 2009

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

Mots clés :

RGPD – CPI – Droit de l'Internet – Droit d'auteur – Propriété intellectuelle – Propriété industrielle – Droit à l'image – Droit de la presse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

6.3.12. Ressource R5.INFONUM.12 : Expérience utilisateurs et ergonomie des interfaces

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.INFONUM.01 | Mettre en place une stratégie de communication numérique
- SAÉ 5.INFONUM.02 | Accompagner les utilisateurs
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S5

Descriptif :

La ressource vise à apporter des bases théoriques concernant la prise en compte de l'expérience utilisateur pour la mise en place de dispositifs de partage de l'information (plateforme, site web, site intranet, base de données...), ses enjeux et ses méthodes : entretiens, tests utilisateurs, définition de personas, tests AB, idéeation, itération et prototypage.

- qu'est que l'Expérience Utilisateur (UX) ?
- le processus UX.
- définition du Design d'Interface (UI).
- rôles et exemples d'UI

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

Mots clés :

UX – Prototypage – Webdesign – Architecture de l'information – Design d'Interface – UI

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 4 heures de TP

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 6.INFO NUM 01 Gérer les données (Data management)	SAÉ 6.INFO NUM 02 Réaliser un projet de communication numérique	STAGE.INFO NUM Stage InfoNur	PORTFOLIO Portfolio InfoNum SI	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.INFO NUM 04 Data et documents	R6.INFO NUM 05 Pratiques collaboratives et partage des connaissances	R6.INFO NUM 06 Gestion d'un projet en architecture de l'information	R6.INFO NUM 07 Stratégies de communication multicanal	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X	X		X					
	AC31.02	X	X	X	X		X	X					
	AC31.03	X	X	X	X			X					
Déployer	AC33.01	X		X	X			X					
	AC33.02	X	X	X	X			X					
	AC33.03	X		X	X			X		X			
	AC33.04	X		X	X			X	X	X			
	AC33.05	X		X	X			X		X			
Veiller	AC34.01	X		X	X			X	X				
	AC34.02	X	X	X	X			X	X				
	AC34.03		X	X	X			X					
Valoriser	AC35.01		X	X	X			X			X	X	
	AC35.02	X	X	X	X			X	X		X	X	
	AC35.03		X	X	X			X			X	X	
	AC35.04			X	X			X			X	X	
Volume total						15	15	10	14	14	14	14	96
Dont TP						0	0	0	4	4	4	4	16
Adaptation Locale (SAÉ)			26										26
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)								38					38
TP Adaptation locale								35					35

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.INFONUM.01 : Gérer les données (Data management)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **gérer l'ensemble des données (Data Management) qui ont valeur de "preuve", dans le respect des données personnelles, ou qui ont une valeur informationnelle pour innover dans les activités et participer à l'open data.**

Descriptif générique :

Quatre étapes du management de la donnée, à savoir :

- Découvrir : le cycle de vie de la donnée dans l'organisation
- Définir : les règles de gestion, le dictionnaire et le glossaire de la donnée, les métadonnées, les règles de gestion et les indicateurs
- Surveiller : les tableaux de bords opérationnels, les conflits liés aux données et les correctifs mis en place
- Appliquer : le workflow et les processus afin de permettre l'intégration des données

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.INFONUM.04 | Data et documents
- R6.INFONUM.05 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. SAÉ 6.INFONUM.02 : Réaliser un projet de communication numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un projet de communication numérique ayant pour cible une communauté de pratiques internes et mettant en scène la veille, la datavisualisation, les procédures et processus de management opérationnel.** .

Descriptif générique :

Les choix de contenu, de média et de support devront être orientés et justifiés stratégiquement vers la communauté de pratique visée.

Livrables : Note de cadrage, Projet stratégique avec cahier des charges, Projet web digital workplace

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative
- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.INFONUM.04 | Data et documents
- R6.INFONUM.05 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R6.INFONUM.06 | Gestion d'un projet en architecture de l'information
- R6.INFONUM.07 | Stratégies de communication multicanal

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.3. STAGE.INFO NUM : Stage InfoNum S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques; inciter à la production informationnelle
- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative
- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.INFO NUM.04 | Data et documents
- R6.INFO NUM.05 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R6.INFO NUM.06 | Gestion d'un projet en architecture de l'information
- R6.INFO NUM.07 | Stratégies de communication multicanal

7.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littérale, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.INFONUM.04 | Data et documents
- R6.INFONUM.05 | Pratiques collaboratives et partage des connaissances
- R6.INFONUM.06 | Gestion d'un projet en architecture de l'information
- R6.INFONUM.07 | Stratégies de communication multicanal

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S6
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes
- AC33.02 | Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle
- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC34.03 | Conduire un projet de veille collaborative
- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation

- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.INFONUM.04 : Data et documents

Compétences ciblées :

- Déployer un environnement informationnel
- Concevoir une démarche de veille
- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.INFONUM.01 | Gérer les données (Data management)
- SAÉ 6.INFONUM.02 | Réaliser un projet de communication numérique
- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S6
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S6

Descriptif :

Cette ressource, qui s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, est l'occasion pour les étudiants de manipuler **documents** et **données** (data) dans une optique de conservation, de partage ou de valorisation afin de répondre aux besoins des usagers d'un système d'information.

Les quatre semestres doivent permettre de proposer une progression pédagogique autour de la collecte et l'exploitation des documents et des données.

Au S6, la ressource met l'accent sur la valorisation et la médiation des données. Il s'agit pour les étudiants de savoir mettre en forme les données qu'il a préalablement sélectionnées, triées, filtrées, traitées afin de répondre aux besoins d'information des usagers. Les notions suivantes pourront être abordées et approfondies :

- Notions statistiques (pourcentage, moyenne, écart-type, médiane)
- Types de représentations visuelles des données (usages et choix des graphes)
- Infographies fixes, animées ou interactives
- Outils de visualisation de données (Dataviz)
- Éditorialisation des données (data storytelling, data journalisme)

À l'issue de la troisième année, les étudiants sont capables, à partir de sources hétérogènes, d'opérer une médiation des données ; ils les traitent, les structurent, les visualisent, les éditorialisent afin d'en faciliter la compréhension ; pour informer, convaincre ou effectuer des choix stratégiques dans les organisations.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC34.01 | Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
- AC34.02 | Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation

Mots clés :

valorisation des données – médiation des données – statistiques – outils de visualisation de données

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 4 heures de TP

7.3.5. Ressource R6.INFONUM.05 : Pratiques collaboratives et partage des connaissances

Compétence ciblée :

- Déployer un environnement informationnel

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.INFONUM.01 | Gérer les données (Data management)
- SAÉ 6.INFONUM.02 | Réaliser un projet de communication numérique
- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S6
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S6

Descriptif :

Les **pratiques collaboratives** et le **partage des connaissances** sont un objectif incontournable de l'organisation apprenante. **L'intelligence collective** est au cœur de ces nouvelles pratiques qui permettent de développer l'animation de communauté de pratiques.

Cette ressource s'articule sur l'ensemble des semestres à partir du S3, et doit permettre de proposer une progression pédagogique autour de ces notions.

Au S6, cette ressource permet d'aborder notamment :

- les outils d'intelligence collective en information numérique (digital workplace)
- les outils d'intelligence collective IRL (In Real Life)
- le knowledge management

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.03 | Évaluer la littératie numérique des usagers
- AC33.04 | Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
- AC33.05 | Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

Mots clés :

Intelligence collective – Knowledge management

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 4 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.INFONUM.06 : Gestion d'un projet en architecture de l'information

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.INFONUM.02 | Réaliser un projet de communication numérique
- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S6
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S6

Descriptif :

Cette ressource permet d'aborder les méthodes et outils pour gérer un projet en architecture de l'information (wireframes, blueprints, maquettage, langages contrôlés et libres, etc.)

Des réalisations web en mode projet permettent d'appliquer les logiques et méthodes de l'architecture de l'information et gérer les problématiques des usages et des usagers, de l'organisation de l'information et des données et le choix des dispositifs techniques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Gestion de projet – UX – UI – Design d'interface

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 4 heures de TP

7.3.7. Ressource R6.INFONUM.07 : Stratégies de communication multicanal

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information numérique

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.INFONUM.02 | Réaliser un projet de communication numérique
- STAGE.INFONUM | Stage InfoNum S6
- PORTFOLIO | Portfolio InfoNum S6

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'amener l'étudiant à mettre en place une **stratégie de communication multicanal** et à concevoir des **actions de communication digitale** adaptées aux cibles et aux canaux de communication en s'appuyant sur :

- le référencement (mesure d'audience, référencement naturel/commercial, méthodes de référencement...)
- le responsive design (spécificités des canaux digitaux)
- l'optimisation de contenu/netlinking

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
- AC35.02 | Valoriser l'information à travers la datavisualisation
- AC35.03 | Optimiser le référencement
- AC35.04 | Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

Mots clés :

Webmarketing – Stratégie multicanal – Médias sociaux – Outils nomades

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 4 heures de TP

Chapitre 4.

Parcours : Journalisme

1. Structure générale des six semestres du parcours Journalisme

Tableau de structure pour le B.U.T Information-Communication

Pour le parcours : Journalisme

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	395	335	330	270	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	25 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	91	81	132	108	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	48	36	55	45	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	43	45	77	63	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	304	254	198	162	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	115	51	66	50	90	56	540
Nbre heures de tp à définir localement	18	9	20	20	25	20	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association, ...)**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif. C'est aussi la phase d'audit d'une nouvelle organisation, soit futur partenaire, soit futur employeur.

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, la synthèse documentaire s'appuie sur l'identification et la sélection des sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.

L'audit met en lumière les dispositifs d'information et de communication de l'organisation qui paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Apprentissages critiques :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R1.02 | Histoire des médias
- R1.03 | Sciences de l'information et de la communication
- R1.04 | Études des organisations
- R1.05 | Recherche d'information et veille

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire un document d'accompagnement pour une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante** et **susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.

Mais aussi, de susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.

Apprentissages critiques :

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.06 | Anglais
- R1.07 | Langue vivante 2
- R1.08 | Expression écrite et orale
- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.10 | Informatique
- R1.11 | Web

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.JOU.03 : Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une enquête sur le rôle et la place du journaliste dans la société contemporaine en s'inscrivant dans une perspective historique, politique et institutionnelle.**

Descriptif générique :

L'enquête comportera une étude de terrain avec des entretiens. Celle-ci permettra une réflexion sur l'évolution des clichés et stéréotypes qui sont attachés à la profession.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations , invisibilisations et surreprésentations)

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.JOU.13 | Connaissance des institutions
- R1.JOU.14 | Histoire du journalisme
- R1.JOU.15 | Ecrit et oral spécifiques
- R1.JOU.21 | Introduction à la sociologie des médias et du journalisme

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.JOU.04 : Réaliser une revue de presse

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une revue de presse à partir de sources d'informations locales, nationales ou internationales.**

Descriptif générique :

Il faut justifier la démarche et les outils utilisés pour préparer la revue de presse.

Apprentissages critiques :

- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.JOU.16 | Suivi et analyse critique de l'actualité
- R1.JOU.17 | Traitement de l'actualité internationale
- R1.JOU.18 | Techniques d'interview
- R1.JOU.19 | Outils de communication numérique
- R1.JOU.20 | Étude des entreprises de presse

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. SAÉ 1.JOU.05 : Réaliser un reportage pour la presse écrite

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **livrer un article (accompagné de photographies) réalisé sur le terrain et s'inscrivant dans un projet éditorial.**

Descriptif générique :

Il s'agira d'éprouver, à travers cette mise en situation professionnelle, différentes étapes de la construction d'un reportage journalistique, depuis le choix de l'angle, jusqu'à la conception du reportage à destination de la presse écrite, en tenant compte des contraintes éditoriales et organisationnelles.

Apprentissages critiques :

- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.JOU.22 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 1, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition du niveau des compétences ciblé en première année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation.

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Ce premier niveau de la ressource permet de présenter aux étudiants des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux info-communicationnels du monde contemporain.

Cette ressource doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles et de pouvoir élaborer un plan média.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le premier niveau de cette ressource de définir les notions théoriques d'information et de communication, en s'appuyant sur des travaux fondateurs des sciences de l'information et de la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.

Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Organisations – Pouvoir et décisions – RSE / RSO – Développement durable – Stratégie globale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.

Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

Mots clés :

Recherche d'information – Veille informationnelle – Source d'information – Moteurs de recherche

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 5 heures de TP

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports).

Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Entretien – Aisance orale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.9. Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à créer des documents destinées à l'impression ou au web.

Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.

Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Formats d'image – Retouche d'image – Édition – Illustration – Mise en page

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.).
- Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé
- Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Traitement de texte – Présentation de type diaporama – Fonctionnement de base d'un ordinateur – Compétences numériques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Les objectifs principaux de cette ressource sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :

- Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne.
- Créer une newsletter.
- Utiliser une interface d'administration.
- Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site.
- Mettre en place une surveillance des performances du site.
- Découvrir les bases du référencement

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.JOU.13 : Connaissance des institutions

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.03 | Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société

Descriptif :

Cette ressource doit permettre aux étudiants d'acquérir une connaissance claire et aussi complète que possible des acteurs institutionnels avec lesquels un journaliste peut interagir. Celui-ci doit comprendre le fonctionnement des institutions politiques puisqu'il est amené à commenter les élections ou rendre compte des délibérations de conseils municipaux, départementaux ou régionaux.

Cette ressource s'inscrit dans cette compétence du parcours Journalisme dans la mesure où cette connaissance précise et critique des institutions concourt à la production de l'information dans un espace public et démocratique.

À l'issue de cette ressource, les étudiants devront être capables de décrire le fonctionnement des institutions nationales (et notamment les relations entre les pouvoirs législatif, exécutif et judiciaire) à travers une lecture critique de la Constitution de la Ve République (et de la manière dont elle est pratiquée), de maîtriser les attributions des différentes collectivités territoriales et de connaître les principales formations politiques qui animent la vie électorale.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes

Mots clés :

Institutions – État – Collectivités territoriales – Pouvoir exécutif – Parlement – Partis politiques.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.14. Ressource R1.JOU.14 : Histoire du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.03 | Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société

Descriptif :

En complément de l'histoire des médias de la ressource commune, l'objectif est de proposer une histoire du journalisme, de ses sources à aujourd'hui. Il permettra bien sûr une identification plus précise des différents médias et de leurs acteurs (propriétaires, journalistes...). Il permettra surtout un examen des relations tissées entre les médias et leur environnement.

Afin de rendre compte de ces liens, l'accent sera porté d'une part sur la manière dont les entreprises de presse s'emparent des évolutions techniques afin de diffuser l'information, d'autre part sur les transformations des pratiques de réception du public et enfin sur les modifications des rapports entre journalisme et politique.

Ces descriptions croisées permettront d'identifier autant de moments privilégiés dans l'histoire du journalisme que de tournants pour l'organisation de la profession ou de crises en rapport avec les spécificités de l'organisation politique de territoire (par exemple lorsqu'une démocratie libérale est supplantée par un régime autoritaire).

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Histoire – Démocratie – Transformation du journalisme.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.15. Ressource R1.JOU.15 : Ecrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.03 | Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société

Descriptif :

Cette ressource aborde la notion de ligne éditoriale.

Elle permet la maîtrise de la synthèse et de la reformulation du contenu d'un message et la mise en forme d'une intervention écrite ou orale.

Elle donne les méthodes et outils pour structurer une analyse, une argumentation, un discours.

Elle vise par ailleurs à l'identification et l'analyse des éléments de langage, des stéréotypes influençant la perception de la réalité.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations , invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

Culture – Stéréotype – Verbal et non-verbal – Discours – Genre – Stigmatisation – Surreprésentation – Invisibilisation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.16. Ressource R1.JOU.16 : Suivi et analyse critique de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.04 | Réaliser une revue de presse

Descriptif :

Le suivi de l'actualité occupe une part non négligeable de l'emploi du temps des journalistes. Il constitue une des constantes de toute formation en journalisme. Dans un contexte de surabondance d'informations (infobésité) largement lié au développement d'Internet et à l'usage des réseaux sociaux, une tendance active est cependant la constitution de bulles de filtres (hyper sélection de certains types d'information).

En prenant appui sur les pratiques des étudiants en matière de suivi l'actualité, l'objectif est de développer une appétence de lecture pour tout type d'information liée à l'actualité, quel que soit le média source. Sur la base d'une approche élargie du suivi de l'actualité, il s'agit également de favoriser une lecture critique des médias d'actualité. Grâce à des lectures individuelles, des synthèses de groupe et des exposés oraux, le suivi des événements sera analysé à la lumière de savoirs plus généraux.

Au semestre 1, une attention plus particulière sera portée au traitement de l'information par un média et à l'établissement d'une revue de presse (synthèse et analyse critique de l'information).

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

Suivi de l'actualité – Revue de presse – Lecture critique des médias.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.17. Ressource R1.JOU.17 : Traitement de l'actualité internationale

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.04 | Réaliser une revue de presse

Descriptif :

Comment le marché de l'information internationale est-il structuré ? Quels sont ses principaux acteurs et leurs logiques de production ?

En répondant à ces questions, l'objectif est de permettre aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires à l'analyse du rôle de l'information dans les rapports de force internationaux.

Le semestre 1 interrogera plus particulièrement la place de l'actualité internationale dans l'actualité française et permettra un premier repérage des différents médias et de leur manière de traiter l'information internationale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

International – Agences de presse – Géopolitique – Correspondance.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.18. Ressource R1.JOU.18 : Techniques d'interview

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.04 | Réaliser une revue de presse

Descriptif :

L'interview permet de recueillir des témoignages et donc des informations sur un événement ou divers sujets. Genre journalistique propre, l'interview demande l'acquisition de compétences spécifiques. Sous son apparence de conversation habituelle, l'interview est en réalité un exercice difficile qui repose sur des techniques.

La réalisation d'une interview doit être adaptée au profil des interviewés. On peut notamment distinguer des interviewés disposant d'éléments de langage ou au contraire peu habitués à répondre aux questions des journalistes. Dans les deux cas cependant, l'interview procède d'une maïeutique, d'un art permettant d'appréhender faits et opinions. Elle doit être également adaptée au type de médias utilisé pour sa réalisation et/ou pressenti pour sa diffusion (web, radio, presse écrite ou télévision).

Enfin l'interview est bien sûr dépendante du contexte de sa réalisation et du besoin parfois extrêmement fort d'information.

Il est nécessaire de faire des exercices en autoscopie et des mises en situation aussi proches que possible de la réalité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information

Mots clés :

Techniques d'interviews – Autoscopie – Éléments de langage.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 7 heures de TP

2.3.19. Ressource R1.JOU.19 : Outils de communication numérique

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.04 | Réaliser une revue de presse

Descriptif :

L'objectif de la ressource est de permettre à l'étudiant de découvrir et de mettre en place, d'une part, des outils utiles pour sa veille informationnelle et, d'autre part, des outils permettant d'organiser le travail de groupe à distance.

Elle permettra également à l'étudiant d'appréhender les outils de référencement et d'analyse d'audience Internet. Elle donnera enfin la possibilité à l'étudiant de découvrir les outils de vérification nécessaires à l'élaboration d'un fact-checking.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle

Mots clés :

Veille – Collaboration – Analyse et visualisation de données – Vérification – Fact-checking.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 12 heures de TP

2.3.20. Ressource R1.JOU.20 : Étude des entreprises de presse

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.04 | Réaliser une revue de presse

Descriptif :

L'étude des organisations des entreprises de presse repose classiquement sur la compréhension de leur mode de gouvernance et de leur environnement.

La finalité des entreprises de presse, la production d'information par des journalistes, suppose dans ce cadre que soit pris en compte, d'une part, le statut des rédactions (société de rédacteurs par exemple), le statut des journalistes dans l'exercice de leur activité ou en cas de vente de leur entreprise (clause de conscience), d'autre part, la relation avec les publics et enfin les cadres juridiques régissant l'activité de ces entreprises.

Elle suppose également que soit prises en compte l'organisation générale de la profession, la place de syndicats ou du paritarisme au sein de diverses instances au plan local, national (Commission de la Carte d'Identité Professionnelle des Journalistes) ou international.

Elle suppose enfin que soit prises en compte la réorganisation des entreprises de presse, les évolutions en termes de gestion des ressources humaines ou de mise en place de procédures.

A partir de ces descriptions, l'objectif est de favoriser une prise de conscience par les étudiants de la nécessité d'identifier les interlocuteurs pertinents pour intégrer une entreprise de presse dans leur recherche de stage ou susceptibles d'apporter des réponses à différentes étapes dans leur évolution de carrière.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels

Mots clés :

Syndicats – Ressources humaines – Protection sociale – Institution – Organisation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.21. Ressource R1.JOU.21 : Introduction à la sociologie des médias et du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.03 | Réaliser une enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société

Descriptif :

Cette ressource est une introduction à la sociologie des médias et du journalisme. Un premier objectif est de définir la spécificité de l'approche sociologique du journalisme (non normative, compréhensive...) par rapport à d'autres discours existants sur la profession (discours des journalistes eux-mêmes, critique militante ou politique).

Un état des lieux de la profession et de son organisation (évolution du nombre et du profil des journalistes par secteurs et types de médias, fonctionnement des rédactions...) est également indispensable. Il s'agit ensuite de proposer une exploration la plus large possible des pratiques et des routines journalistiques, des relations aux sources, aux politiques, aux communicants, et aux autres journalistes.

L'accent sera mis sur les travaux sociologiques à dimension ethnographique. En observant le journalisme en train de se faire, il s'agit d'établir les premiers fondements d'un savoir-être propre aux journalistes.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Acteurs des médias – Pratiques professionnelles – Rapport aux sources – Pratiques informationnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.22. Ressource R1.JOU.22 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.JOU.05 | Réaliser un reportage pour la presse écrite

Descriptif :

Cette ressource propose une initiation aux fondamentaux du journalisme : définir un angle, connaître les différents genres journalistiques, différencier les sources d'informations, apprendre à vérifier et recouper l'information, hiérarchiser les informations.

À travers des enseignements théoriques et des exercices pratiques, cette ressource contribuera au développement des techniques rédactionnelles : rédiger un titre, un chapeau, construire son article, respecter une commande, un format, relire un papier. Il s'agira également de mettre en lumière les points communs et les divergences de narration journalistique entre la presse écrite et les reportages web, radio et télé. En parallèle, la photographie sera également abordée, tant d'un point de vue technique qu'analytique (travail de la photo de presse et la relation article/image). Ces acquis seront couplés à des exercices pratiques de prise de vue et de captation filmique, ce qui permettra une première prise en main du matériel (caméra, DSLR, enregistreur de son...)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Écriture – Hiérarchie – Sources – Angle – 5W – Genres journalistiques – Déontologie – Technique – Reportage – Photo – Caméra – Son.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 28 heures dont 28 heures de TP

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (affiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'usagers ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.JOU.03 : Réaliser un reportage radio

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un reportage radio, en rendant compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte du public cible.**

Descriptif générique :

Le reportage radio est livré sous la forme d'un podcast.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.16 | Suivi et analyse critique de l'actualité
- R2.JOU.17 | Traitement de l'actualité internationale
- R2.JOU.18 | Outils de communication numérique
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme
- R2.JOU.20 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.JOU.04 : Réaliser un reportage audiovisuel

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un reportage vidéo qui s'insérerait dans un journal télé ou dans une production web, en rendant compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte des publics cibles.**

Descriptif générique :

Il s'agira de permettre aux étudiants d'éprouver la réalisation d'un reportage audiovisuel depuis la prise de contact de personnes ressources via un réseau de professionnels, jusqu'à la construction du sujet en passant par l'extraction et la hiérarchisation des informations, leur mise en forme par le travail du montage, sans compter la prise en compte de la ligne éditoriale du média visé et les contraintes organisationnelles induites.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.16 | Suivi et analyse critique de l'actualité
- R2.JOU.17 | Traitement de l'actualité internationale
- R2.JOU.18 | Outils de communication numérique
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme
- R2.JOU.20 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. SAÉ 2.JOU.05 : Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **documenter un cas réel d'ingérence ou d'influence dans un média, que ce soit dans une rédaction ou sur le terrain.**

Descriptif générique :

Il s'agit d'analyser les processus à l'œuvre, de les caractériser en identifiant les acteurs, de replacer les manquements ou les abus dans un contexte juridique, économique et déontologique.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.11 | Sociologie des médias et du journalisme
- R2.JOU.13 | Déontologie et éthique
- R2.JOU.14 | Droit de la presse et des médias
- R2.JOU.15 | Économie des médias et du journalisme
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.6. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel
- R2.JOU.12 | Ecrit et oral spécifiques

3.2.7. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S2
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.JOU.11 : Sociologie des médias et du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

En complément de la ressource du premier semestre centrée sur la sociologie du journalisme, il s'agit de s'intéresser aux relations entre les médias et leurs publics, aux pratiques informationnelles et à la sociologie de la réception des contenus médiatiques.

Diverses thématiques peuvent être abordées, comme, par exemple, la confiance et de la défiance dans les médias, la transformation des pratiques informationnelles en lien avec le numérique, la circulation et la réception des fausses informations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Publics – Pratiques professionnelles – Rapport aux sources – Pratiques informationnelles – Sociologie de la réception.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.12. Ressource R2.JOU.12 : Ecrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S2

Descriptif :

Cette ressource vise à garantir une représentation fidèle et non discriminante de la réalité par l'usage d'un lexique précis, la recherche d'images propres et la production de textes donnant à voir la société dans toute sa diversité.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations , invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

Culture – Stéréotype – Verbal et non-verbal – Discours – Genre – Stigmatisation – Surreprésentation – Invisibilisation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.JOU.13 : Déontologie et éthique

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

Fondé sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux qui régissent la profession de journaliste, l'objectif de cette ressource est de permettre à l'étudiant d'interroger ses propres pratiques professionnelles au regard des règles déontologiques.

La ressource permet de contribuer tant à la définition d'un savoir être journaliste en termes de réflexion qu'à la mise en place de savoir-faire en termes de compétences opérationnelles pour son activité in situ (respect du droit à l'image et demande d'autorisation de droit à l'image par exemple).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

Droit – Devoirs – Chartes – Règles déontologiques – Médiation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.14. Ressource R2.JOU.14 : Droit de la presse et des médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

L'exercice du journalisme relève d'un cadre juridique définissant la liberté d'opinion et d'une réglementation propre aux entreprises de presse et aux publications de presse. Droit au respect de la vie, droit à l'image, protection du secret des affaires ou respect de la dignité humaine, etc. conditionnent cependant également le droit et le devoir d'informer.

Il s'agit donc d'identifier les principales dispositions que doivent respecter les entreprises de presse et les journalistes dans le cadre légitime de leur activité visant à informer les publics.

Une attention particulière sera portée aussi bien aux principes constitutionnels fondamentaux qu'aux évolutions permanentes du droit national ou international.

Présentations de cas concrets et études des jurisprudences permettront de situer les enjeux propres à la collecte et à la diffusion de l'information au sein d'un espace public en pleine transformation notamment via le développement des technologies de l'information et de la communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Droit – Loi – Jurisprudence – Cour Européenne des Droits de l'Homme.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.15. Ressource R2.JOU.15 : Économie des médias et du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

A partir de l'application des modèles économiques aux médias et entreprises de presse, l'objectif de cette ressource est de permettre la prise en compte des variables économiques (micro et macro-économiques) dans la fabrique de l'information.

L'étude des évolutions dans la consommation des médias, de l'évolution des technologies numériques avec l'introduction du marketing et du contrôle de gestion sera l'occasion d'appréhender le phénomène de concentration, l'évolution de l'organisation des médias ainsi que les nécessaires innovations.

Un focus sera effectué sur la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique et l'évolution même du métier. Seront abordés les modèles économiques des médias (Internet, presse, radio, télévision), le système média / audience / annonceur / État qui permettront d'identifier les particularités des entreprises médiatiques (ressources, coûts, marchés).

Un questionnement sur les stratégies d'ingérence et d'influence sera consécutivement mené. Les modèles économique-éditoriaux à l'œuvre en France et dans le monde seront identifiés.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

économie – médias – presse – information – influence – ingérence

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.16. Ressource R2.JOU.16 : Suivi et analyse critique de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

Sur la base des connaissances et compétences acquises au premier semestre, notamment en matière d'appétence à l'information, seront examinées les manières distinctes de structures l'information au sein de différents types de médias.

La ressource permettra donc aux étudiants de comprendre les relations de concurrence mais également de complémentarité entre ces différents médias et au final de repérer l'espace et la temporalité propre qui les caractérisent. En ce sens l'approche des chaînes d'information en continu pourra faire l'objet d'un traitement spécifique.

Cette ressource contribuera à une première orientation des étudiants pour leur carrière de journaliste.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

Suivi de l'actualité – Revue de presse – Lecture critique des médias.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.17. Ressource R2.JOU.17 : Traitement de l'actualité internationale

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les ressources nécessaires pour appréhender les spécificités et les enjeux du traitement de l'actualité internationale. Elle permet de comprendre comment est structuré le marché de l'information internationale, quels sont ses principaux acteurs et leurs logiques de production.

Elle permet aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires à l'analyse du rôle de l'information dans les rapports de force internationaux. Le second semestre permettra de prendre conscience de la manière dont l'actualité française est traitée dans les médias nationaux étrangers et au sein des médias internationaux.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

International – Agences de presse – Géopolitique – Correspondance.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.18. Ressource R2.JOU.18 : Outils de communication numérique

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

D'innombrables outils permettent aujourd'hui aux journalistes d'enrichir leurs contenus. Ces outils (frises chronologiques par exemple) répondent à un besoin réel d'illustration. Ils génèrent également de nouvelles écritures (data-first) et constituent une introduction à une nouvelle forme de journalisme, le journalisme de données.

Sous l'apparente simplicité de ces outils se cachent néanmoins de réelles complexités dans le cadre de l'analyse et la visualisation des données, de nouveaux enjeux économiques et de nouveaux impératifs en termes de vérification de l'information.

Un premier repérage des outils disponibles et leur utilisation permettra d'identifier problèmes et biais liés à la visualisation ainsi que leur conséquence en matière de fact-checking.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle

Mots clés :

Veille – Collaboration – Analyse et visualisation de données – Vérification – Fact-checking.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 5 heures de TP

3.3.19. Ressource R2.JOU.19 : Interlocuteurs du journalisme

Compétences ciblées :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel
- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

L'objectif de la ressource « Interlocuteurs du journalisme » est de présenter aux futurs journalistes les différents acteurs non-journalistes avec lesquels ils seront amenés à interagir dans la chaîne de production de l'information.

Il convient alors de saisir et comprendre le rôle particulier de chacun de ces acteurs spécifiques, de s'approprier la maîtrise des interactions possibles avec eux et de les situer dans leur cadre institutionnel.

À travers la découverte de ces acteurs individuels (notamment les élus) et institutionnels (organisations politiques, judiciaires, publiques ou privées), il s'agit de prendre en compte les structures, leur organisation, leurs niveaux de direction, mais aussi de se familiariser avec les pratiques de réseau et de lobbying.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels

Mots clés :

Sources – Institutions – Organisations – Acteurs de l'information – Réseau.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.20. Ressource R2.JOU.20 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'une part de permettre à l'étudiant l'appropriation des principes et modes de l'écriture journalistique et tout particulièrement de la notion d'angle via l'étude en profondeur des différents genres journalistiques (le portrait, l'interview, le reportage, le compte-rendu, la synthèse...).

Cette ressource doit permettre à l'étudiant d'apprendre à construire un article, de développer son sens de la hiérarchisation de l'information, d'approcher la technicité et la spécificité des différentes écritures (presse écrite, web, télé, radio...) en fonction des formats des articles et des supports convoqués et d'intégrer notamment la prise de note pendant l'interview.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Écriture – Hiérarchie – Sources – Angle – 5W – Genres journalistiques – Déontologie – Technique – Reportage – Photo – Caméra – Son.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 12 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3.JOU.01 Produire une recherche sur un fait de société à l'international	SAE 3.JOU.02 Réaliser un article sur la base d'entretiens	SAE 3.JOU.03 Produire un report pour le web à partir de data	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.JOU.08 Droit de la presse et des médias	R3.JOU.09 Déontologie et éthique	R3.JOU.10 Ecrit et oral spécifiques	R3.JOU.11 Etudes et techniques d'enquête	R3.JOU.12 Interlocuteurs du journalisme	R3.JOU.13 Journalisme de données	R3.JOU.14 Suivi de l'actualité	R3.JOU.15 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R3.JOU.16 Techniques de référencement
Décrypter	AC21.01	X			X	X	X					X									
	AC21.02	X			X			X				X									
	AC21.03	X			X							X									
Partager	AC22.02	X			X				X	X	X	X									
	AC22.03	X			X				X	X	X	X									
	AC22.04	X			X	X	X					X									
	AC22.05	X			X			X				X									
Garantir	AC23.01	X			X							X		X							
	AC23.02	X			X							X	X								
	AC23.03	X			X							X	X	X							
	AC23.04	X			X							X	X	X							
	AC23.05	X			X							X			X						
Chercher	AC24.01		X		X							X					X				
	AC24.02		X		X							X						X	X		
	AC24.03		X		X							X				X			X		
	AC24.04		X		X							X				X	X				
	AC24.05		X		X							X				X					
	AC24.06		X		X							X						X			
Produire	AC25.01		X		X							X									X
	AC25.02		X		X							X									X
	AC25.03		X		X							X									X
	AC25.04		X		X							X									X
Valoriser2	AC26.01			X	X							X						X			
	AC26.02			X	X							X	X								
	AC26.03			X	X							X									X
	AC26.04			X	X							X						X			
Volume total					20	30	20	20	20	20	10	6	6	6	6	6	8	6	8	6	198
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	0	0	0	6	6	0	8	2	8	6
Adaptation Locale (SAE)		55																			55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)											81										81
TP Adaptation locale											45										45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.JOU.01 : Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire une recherche sur un fait de société à l'international**.

Descriptif générique :

Il s'agit de s'intéresser à un fait de société étranger, lié à l'actualité d'un pays, sur la base de lectures en français et en langues étrangères.

Il faudra présenter le fait de société en analysant le contexte, les origines, les spécificités culturelles et les implications.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.10 | Ecrit et oral spécifiques
- R3.JOU.14 | Suivi de l'actualité

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.JOU.02 : Réaliser un article sur la base d'entretiens

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une enquête, sous forme d'entretiens, qui donnera lieu à un article.**

Descriptif générique :

Pour l'article, un angle sera proposé qui permettra d'exploiter les témoignages recueillis.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique
- R3.JOU.11 | Etudes et techniques d'enquête
- R3.JOU.12 | Interlocuteurs du journalisme
- R3.JOU.15 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. SAÉ 3.JOU.03 : Produire un reportage pour le web à partir de data

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

A partir d'une analyse de données, l'objectif est de **produire un reportage pour le web**.

Descriptif générique :

Il s'agit, à partir d'une analyse de données, de produire un reportage, un article pour le web.

Ensuite, il faut défendre les choix d'optimisation de la diffusion sur le web de l'article à partir, notamment, de techniques de référencement.

Apprentissages critiques :

- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique
- R3.JOU.13 | Journalisme de données
- R3.JOU.16 | Techniques de référencement

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaire) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.JOU.08 : Droit de la presse et des médias

Compétences ciblées :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens
- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

Connaître le cadre légal et réglementaire, l'étendue de la protection par le droit de la propriété intellectuelle dans les médias.

Connaître les institutions de référence.

Savoir identifier les questions et problèmes juridiques qui peuvent se présenter dans le cadre de l'exercice du métier de journaliste : protéger ses droits et ceux de tiers (droit à l'image, sources) ; respecter les droits des titulaires de droits ; connaître les règles spécifiques sur internet et la responsabilité encourue.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"

Mots clés :

propriété intellectuelle – auteur – plagiat – droit moral – droits voisins – diffamation – droit à l'image – données personnelles – protection juridique – liberté d'expression – responsabilité – réglementation – sources.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.9. Ressource R3.JOU.09 : Déontologie et éthique

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens
- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

Cette ressource est basée sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux qui régissent la profession de journaliste.

Il s'agit de revenir sur les conditions historiques d'élaboration des normes professionnelles et éthiques auxquelles se réfèrent les journalistes en France.

Cette ressource met en perspective les grands débats d'ordre déontologique qui traversent actuellement la profession, sous l'effet conjugué de l'essor des nouvelles technologies de l'information, de l'intensification des impératifs économiques dans le secteur des médias et de la déstructuration de l'espace professionnel des journalistes.

À travers la confrontation des textes de référence avec les premières expériences professionnelles des étudiants, cette ressource a pour objectif de permettre à l'étudiant d'identifier les questions d'ordre éthique qui se posent concrètement dans les rédactions et les instruments de régulation ou d'autorégulation en cas de manquement aux règles de déontologie.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes

Mots clés :

chartes – éthique – espace professionnel – conditions de production – indépendance éditoriale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.10. Ressource R3.JOU.10 : Ecrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.01 | Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Descriptif :

Il s'agira, à l'écrit, de s'interroger sur les codes de l'écriture journalistique d'une part, et aborder l'écriture pour le web d'autre part, en abordant les spécificités qui président à la conception rédactionnelle d'un site, d'une lettre d'information numérique ou d'un journal en ligne.

Il faudra ainsi que l'étudiant soit capable d'adapter son message aux différentes cibles et aux différents supports.

À l'oral, l'accent sera porté sur l'acquisition de compétences liées à une langue de communication efficace dans les échanges professionnels. Il faudra également être capable d'argumenter à en favorisant l'emploi d'une langue adaptée aux publics cibles et au contexte.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Mots clés :

communication écrite et orale – écriture – techniques rédactionnelles – argumentation – rédaction.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.JOU.11 : Etudes et techniques d'enquête

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

La finalité de la ressource « Études et techniques d'enquête » est de mener des enquêtes pour recueillir et analyser des données statistiques. Ainsi, les étudiants seront amenés à élaborer une enquête sur le terrain, de la conception de l'objet de l'étude (analyse de la demande, élaboration du protocole d'enquête, échantillonnage, rédaction du questionnaire) jusqu'à l'analyse statistique des résultats d'après les données recueillies auprès de la population choisie. Cette enquête pourra s'effectuer à l'aide d'un questionnaire papier en face à face ou sous format multimédia. Les données pourront être exploitées à l'aide d'un logiciel de traitement des données. La ressource permettra aux étudiants une meilleure compréhension du traitement statistique des données en termes de contraintes et de résultats. Elle constitue une première approche des sondages.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête

Mots clés :

questionnaire – entretien – analyse statistique – analyse de contenu – recherche documentaire – traitement de données – sondages.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

4.3.12. Ressource R3.JOU.12 : Interlocuteurs du journalisme

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

Les journalistes sont au cœur du réseau informationnel. Du fait de cette position de gate-keepers de l'information, ils ne cessent de faire l'objet de pressions diverses et de tentatives de manipulation. L'objectif de la ressource est de permettre aux étudiants d'appréhender les processus à l'œuvre et d'identifier les protocoles et appuis qui permettent aux journalistes de conserver leur autonomie. Au-delà des lieux de pouvoir et d'influence identifiés (monde politique, économique, juridique...), la société conquise par la communication crée de nouvelles formes d'influence parfois plus masquées mais non moins réelles. ONG, lobbies, simples citoyens deviennent autant de relais d'information que de manipulation. Comment agir pour obtenir une information sûre ? Comment résister à des pressions ? Comment travailler avec une éthique professionnelle dans ce contexte ? La ressource les interlocuteurs du journalisme est donc également une introduction pour les étudiants en journalisme au traitement de la complexité fondée sur une démarche et des décisions claires dans des contextes souvent ambigus.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile

Mots clés :

connaissance du milieu – analyse critique des sources – gestion des sources – pratiques professionnelles pour avoir de bons rapports avec les détenteurs d'information.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.13. Ressource R3.JOU.13 : Journalisme de données

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data

Descriptif :

Les étudiants se familiarisent avec les méthodes de collecte (web scrapping ou collecte manuelle), de nettoyage (unification des données par exemple) et d'analyse (outils statistiques, tableurs Excel, Google sheet) et de visualisation des données (infographies et graphiques fixes ou animés) de façon manuelle et automatisée à l'aide d'outils en ligne.

Ils apprennent ce qui constitue une base de données disponibles en ligne sur des sites ressources et à créer eux-mêmes leur base de données. Ils apprennent à restituer l'information sous une forme adéquate.

La ressource permettra également de sensibiliser les étudiants à la détection de fausses informations et à appréhender les outils de vérification de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

base de données – analyse et visualisation des données – collecte – fact checking.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

4.3.14. Ressource R3.JOU.14 : Suivi de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.01 | Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Descriptif :

Sur la base des connaissances et compétences acquises en niveau 1 de la compétence 4, cette ressource doit permettre à l'étudiant d'affiner ses méthodes de suivi de l'actualité et de réfléchir aux outils qui lui permettent ce suivi. Il sera également attendu de l'étudiant qu'il soit en mesure d'aiguiser son sens critique, sa capacité à mettre en lien et en parallèle les médias consultés, tout en saisissant les enjeux stratégiques de l'information et en ayant à l'esprit la question de la ligne éditoriale.

Il sera attendu des étudiants de mettre les événements en perspective – dans le temps et dans l'espace – en enrichissant leur culture générale (histoire, politique, société...).

À travers l'exercice de la revue de presse, il développera sa finesse d'analyse et sa réflexion sur la hiérarchie de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications

Mots clés :

revue de presse – hiérarchie de l'information – ligne éditoriale – stratégies – culture générale – connaissance des médias.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 2 heures de TP

4.3.15. Ressource R3.JOU.15 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

Il s'agit de permettre une première approche de l'information en termes de convergence de contenus et de développement multi-supports. Le gisement d'information devra être décliné sur l'ensemble des supports en respectant l'ensemble des codes propres à chaque support et l'intégrité informationnelle.

Il s'agit de permettre aux étudiants d'appréhender les contraintes propres à la chronologie des médias et les nécessités de convergence des supports.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Mots clés :

chronologie des médias – convergences.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

4.3.16. Ressource R3.JOU.16 : Techniques de référencement

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data

Descriptif :

Les techniques de référencement reposent sur la connaissance du fonctionnement des moteurs de recherche (grabbage, indexation, appariement requête / index, métadonnées), la sensibilisation à l'évolution des outils. Ces techniques sur les attentes et les pratiques de lecture des utilisateurs en termes d'accès, d'affichage mais aussi sur les évolutions (intelligence artificielle, moteurs de réponse, assistants de recherche, support d'interrogation). Une attention particulière sera portée à l'apprentissage de la titrairie web (mots clés, longueur) et des métadonnées ainsi que sur la structure d'un article web (intertitres, éléments balisés, liens hypertextes).

Apprentissage critique ciblé :

- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)

Mots clés :

moteur de recherche – indexation – référencement – métadonnées – UX Writing – UX design – ergonomie – webfirst.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 4.JOU.01 Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du	SAÉ 4.JOU.02 Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion	STAGE:JOU Stage JOURNALISM	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langues vivants 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Prollet Personnel et Professionnel	R4.JOU.08 Enjeux stratégiques de l'information	R4.JOU.09 Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias	R4.JOU.10 Environnement et organisation du journalisme	R4.JOU.11 Traitement de l'information spécialisée	R4.JOU.12 Suivi de l'actualité	R4.JOU.13 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R4.JOU.14 Gestion des flux d'information numérique
Décrypter	AC21.01			X	X	X						X							
	AC21.02			X	X			X				X							
	AC21.03			X	X		X	X				X							
Partager	AC22.02			X	X				X	X	X	X							
	AC22.03			X	X				X	X	X	X							
	AC22.04			X	X	X						X							
	AC22.05			X	X		X	X				X							
Garantir	AC23.01			X	X							X	X						
	AC23.02			X	X							X	X						
	AC23.03			X	X							X		X					
	AC23.04			X	X							X		X					
	AC23.05			X	X							X		X					
Chercher	AC24.01	X	X	X	X							X				X			
	AC24.02	X	X	X	X							X				X			
	AC24.03	X	X	X	X							X				X	X		
	AC24.04	X	X	X	X							X				X			
	AC24.05	X	X	X	X							X					X		
	AC24.06	X	X	X	X							X				X	X		
Produire	AC25.01	X	X	X	X							X							X
	AC25.02	X	X	X	X							X							X
	AC25.03	X	X	X	X							X							X
	AC25.04	X	X	X	X							X							X
Valoriser2	AC26.01	X	X	X	X							X							X
	AC26.02	X	X	X	X							X							X
	AC26.03	X	X	X	X							X							X
	AC26.04	X	X	X	X							X							X
Volume total					18	18	18	20	20	20	10	5	5	5	5	5	8	5	162
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	0	0	0	5	2	8	5	50
Adaptation Locale (SAÉ)		44																	44
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)										60									60
TP Adaptation locale											35								35

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.JOU.01 : Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **conduire une enquête sociologique liée au monde des médias (accès à l'information, perception du journalisme et du journaliste...)**.

Descriptif générique :

L'enquête sociologique permettra à l'étudiant de mettre en œuvre une méthodologie scientifique (via des techniques d'entretiens, d'observation, le recueil de données scientifiques) et ainsi, de d'adopter une posture réflexive sur les phénomènes médiatiques et journalistiques contemporains.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.JOU.08 | Enjeux stratégiques de l'information
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.10 | Environnement et organisation du journalisme
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.JOU.02 : Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un reportage qui associe du texte, du son et de la vidéo pour une diffusion web.**

Descriptif générique :

Il faudra ensuite justifier la valorisation du reportage sur le web (réseaux sociaux, sites...).

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée
- R4.JOU.12 | Suivi de l'actualité
- R4.JOU.13 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R4.JOU.14 | Gestion des flux d'information numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

5.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.JOU.08 : Enjeux stratégiques de l'information

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Descriptif :

Cette ressource prolonge le travail effectué en suivi de l'actualité et vise à développer un regard critique vis-à-vis de l'agenda et des cadrages médiatiques. À travers l'analyse de divers « cas » de couverture problématique dans l'histoire du journalisme et de thématiques importantes de l'actualité, il s'agit de travailler sur la responsabilité sociale des journalistes ainsi que sur la relation entre information et démocratie. Est questionné le rapport des médias aux objets d'actualité, aux sources et aux publics. Sont également envisagés les enjeux locaux, nationaux et internationaux de l'information en termes de diffusion. Une attention particulière est portée aux agences de presse ainsi qu'aux médias transnationaux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias

Mots clés :

discours – cadrages – déontologie – responsabilité sociale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.9. Ressource R4.JOU.09 : Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

Les journalistes travaillent tous les jours à rendre compte de l'actualité à travers des mots, des images, des lieux et des personnes mises en avant. Ces choix éditoriaux contribuent à façonner les représentations collectives de notre société.

Le journalisme a donc une responsabilité sociale dans la lutte contre les stéréotypes visant les populations placées en position subalterne telle que les femmes, les minorités racisées ou encore les catégories populaires.

Définis comme « un ensemble de croyances à propos d'un groupe social » (Légal, Delouée, 2015), les stéréotypes sont des élaborations collectives transmises et apprises lors d'expériences de socialisation. Ils sont intériorisés au point d'être souvent maniés de façon inconsciente. Les contenus médiatiques simplistes, caricaturaux ou partiels qui en découlent participent à renforcer les inégalités et les discriminations.

Partant de ce constat, cette ressource a pour objectif d'apporter aux étudiants en journalisme les connaissances et les outils leur permettant de réfléchir aux représentations que leurs productions véhiculent. L'enjeu est de tendre vers un traitement complexifié, nuancé et égalitaire des groupes sociaux et des individus.

Seront notamment abordées les questions du vocabulaire employé, de la diversité des sources et des personnes citées en tant qu'experts, ainsi que des cadrages médiatiques récurrents.

Cette ressource inclut la présentation des chartes déjà existantes sur ces enjeux dans diverses rédactions et associations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Mots clés :

stéréotypes – genre – minorités – déontologie – représentations médiatiques.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.10. Ressource R4.JOU.10 : Environnement et organisation du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Descriptif :

L'objectif de la ressource « Environnement et organisation du journalisme » est de permettre à l'étudiant de comprendre les modalités et moyens des relations de travail dans l'entreprise médiatique et autour d'elle. Il s'agira dans un premier temps de situer le personnel et sa hiérarchie dans l'entreprise médiatique, de s'interroger sur son organisation mais aussi de réfléchir à la gestion des ressources humaines plus généralement. Un regard plus spécifique sera porté sur une fonction Ressources Humaines devenue omniprésente, sur les syndicats et leur place dans les entreprises de presse. La ressource permettra de comprendre comment peut et/ou doit s'instaurer le dialogue social en vue de la gestion des conflits ou lors de procédures de négociation. Les spécificités des entreprises de presse en relation avec le statut des journalistes (notamment les pigistes) seront abordées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes

Mots clés :

ressources humaines – syndicats – usagers – droits – conflits – négociation – statuts.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.11. Ressource R4.JOU.11 : Traitement de l'information spécialisée

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme
- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

À partir de grands champs thématiques comme l'environnement, la santé, le social, il s'agira de présenter des pratiques spécifiques de journalisme comme le journalisme de solutions, le journalisme scientifique et diverses formes de journalisme spécialisé selon les ressources disponibles. Une attention particulière sera systématiquement portée aux discours des experts, aux questions des polémiques scientifiques mais également aux attentes de lectorats particuliers comme les enfants.

On s'attachera également à décrire des pratiques de co-construction de l'information avec les citoyens.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données

Mots clés :

journalisme de solution – vulgarisation scientifique et technique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures dont 5 heures de TP

5.3.12. Ressource R4.JOU.12 : Suivi de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Les étudiants se familiarisent avec les méthodes, la rigueur et les routines de suivi d'actualité à travers la mise en œuvre d'une veille informationnelle.

Ils apprennent, en premier lieu, à organiser ce suivi en répertoriant, classant et différenciant les médias et les agences de presses consultés. Ils apprennent, en second lieu, à restituer ce suivi, notamment sous la forme de dossiers de presse ou de revues de presse.

À travers cette ressource, les étudiants développent une appétence pour l'actualité et acquièrent des compétences critiques dans leur lecture de l'actualité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données

Mots clés :

veille informationnelle – référencement des médias – flux d'informations – revue de presse.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures dont 2 heures de TP

5.3.13. Ressource R4.JOU.13 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Adapter l'écriture journalistique aux différents réseaux sociaux en prenant en compte les formats courts, l'écriture en « live », la mise en œuvre de la protection du droit des personnes en situation ; élaborer des stratégies d'interaction et de commentaire. Utiliser chaque réseau social avec ses codes spécifiques. Pratiquer des écritures « agiles » de type MOJO. Cibler des publics. Intégrer les réseaux sociaux dans une couverture média globale.

Dans le cadre de cette ressource :

- La maîtrise des formats médiatiques audiovisuels adaptés à l'environnement web (vidéos courtes, rythmées, sous-titrées, avec insertion d'éléments graphiques destinés à faciliter le visionnage) est nécessaire ;
- L'exploration des relations entre les journalistes et leurs publics est également encouragée par la mise en ligne des vidéos produites et la gestion de la communauté des éventuels followers ;
- La cohérence des différentes vidéos au sein du média (ligne éditoriale, ton, identité visuelle, thématiques...) est visée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Mots clés :

formats courts – réseaux sociaux – live – mobile journalism (MOJO).

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

5.3.14. Ressource R4.JOU.14 : Gestion des flux d'information numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Suivre des flux et collecter de l'information (agrégateur de flux RSS, réseaux sociaux, podcast, verbatim d'entretiens)

Étudier une situation complexe (controverses scientifiques, politiques...) à partir d'un corpus d'informations collectées (via un flux d'informations).

Appréhender les principales caractéristiques des différents réseaux sociaux tant du point de vue des contenus proposés que des types de forum et plus généralement d'interactions proposées.

De manière générale, cette ressource a pour objectif l'analyse et l'appropriation des codes du journalisme dans l'environnement des médias sociaux (Brut, AJ+, Konbini, Vice, Explicite, Monkey, Loopsider...)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

flux d'information – supports – médias sociaux.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures dont 5 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 5.JOU.01 Préparer la réalisation d'un reportage	SAE 5.JOU.02 Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale	PORTFOLIO Portfolio JOURNAL	RS.01 Sciences de l'information et de la communication	RS.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	RS.03 Responsabilité sociale des organisations	RS.04 Projet personnel et professionnel	RS.JOU.05 Anglais des médias	RS.JOU.06 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	RS.JOU.07 Data-visualisation	RS.JOU.08 Stratégies de diffusion	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X			X					
	AC31.02	X	X	X		X		X					
	AC31.03	X	X	X			X	X					
Produire	AC35.01	X	X	X				X	X	X			
	AC35.02	X	X	X				X	X	X			
	AC35.03	X	X	X				X		X			
Valoriser2	AC36.01	X	X	X				X		X	X		
	AC36.02	X	X	X				X		X			
	AC36.03	X	X	X				X				X	
	AC36.04	X	X	X				X		X	X	X	
Volume total					15	15	20	10	16	72	20	18	186
Dont TP					0	0	0	0	8	72	10	0	90
Adaptation Locale (SAE)		50											50
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								74					74
TP Adaptation locale								45					45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.JOU.01 : Préparer la réalisation d'un reportage

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans l'optique de produire un magazine, l'objectif est de **chercher un sujet d'enquête, un angle et des sources ; prendre des contacts, réaliser des interviews et collecter des données et des images.**

Descriptif générique :

Dans cette Saé, l'étudiant devra réfléchir à un sujet d'enquête, en faire évoluer le contenu et l'angle par la prise de contact auprès d'un réseau d'experts identifiés, par un travail de veille informationnelle, et la prise en compte d'une ligne éditoriale et de contraintes organisationnelles. La Saé lui permettra de mobiliser les techniques journalistiques et éditoriales apprises.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédias en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.JOU.06 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R5.JOU.07 | Data-visualisation
- R5.JOU.08 | Stratégies de diffusion

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.JOU.02 : Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un travail approfondi de recherche en lien avec l'actualité internationale afin d'en saisir les enjeux (médiatiques, sociaux, politiques, économiques...)**.

Descriptif générique :

Afin de produire un travail d'enquête journalistique sur une actualité internationale, l'étudiant devra mobiliser des ressources pertinentes qui lui permettront d'obtenir les informations adéquates, tout en lui permettant de décrypter les enjeux médiatiques, sociaux ou économiques de la situation ou de l'événement rapportés.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.JOU.05 | Anglais des médias

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.JOU.08 | Stratégies de diffusion

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.JOU.05 : Anglais des médias

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.JOU.02 | Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale

Descriptif :

L'anglais des médias vise à la fois des compétences linguistiques et culturelles. Il s'agit en premier lieu d'acquérir et maîtriser le lexique spécialisé du domaine d'étude, que ce soit le vocabulaire de la presse anglo-saxonne mais aussi le lexique spécialisé utilisé dans les différents types de médias (on pensera par exemple au vocabulaire technique de l'audiovisuel et du numérique). L'accent sera porté sur l'appropriation des spécificités culturelles anglo-saxonnes afin de réfléchir à leur transposition en français, afin d'éviter les contre-sens et les calques (sur le plan linguistique) et les clichés et stéréotypes (sur le plan culturel). L'étude d'articles de presse issus de journaux anglo-saxons permettra de mettre l'accent sur les spécificités de leur construction et de leur écriture. Enfin, l'accent sera mis sur les différents types de presse (presse de qualité – broadsheet papers / presse populaire – tabloids) en proposant aux étudiants un panorama des grands titres anglo-saxons.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)

Mots clés :

culture anglo-saxonne – langue de spécialité – interculturalité – communication écrite et orale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 8 heures de TP

6.3.6. Ressource R5.JOU.06 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétences ciblées :

- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage

Descriptif :

Revenir à un journalisme incarné et sensible pour se différencier des écritures robotisées. Décliner l'approche en télévision, radio et web. Pratiquer le reportage incarné à hauteur de femmes et d'hommes. Développer un journalisme narratif sans storytelling. Valoriser le partage et la transmission de l'information. Développer le journalisme de solutions.

Aborder les questions de vitesse de récit et notamment le récit lent (slow journalism, story scrolling).

Interroger les formes alternatives de représentation de l'information (bande dessinée, écritures augmentées, modes de discours).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Histoire – journalisme narratif – journalisme de solutions.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 72 heures dont 72 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.JOU.07 : Data-visualisation

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage

Descriptif :

- Proposer une réutilisation visuelle aux données avec l'aide d'outils de cartographie, outils interactifs de graphiques (time line, bar chart, line chart, bubble chart et treemap, pictogrammes, rada char, bar chart race).
- Identifier les biais liés aux modèles de l'analyse et de la visualisation de données.
- Identifier les formats de visualisation appropriés aux données qu'on souhaite représenter.
- Raconter une histoire dans laquelle la visualisation de données fait jeu égal avec le texte à l'aide de techniques de codes (html, css, javascript), de scrollytelling, de conception de modules interactifs et d'infographies animées ainsi que de cartographies interactives.
- Concevoir un récit interactif qui mêle texte et data-visualisation.
- Identifier la thématique,
- Recueillir les données, savoir les mettre en forme pour le récit.

La ressource doit permettre aux étudiants d'avoir une représentation mentale de l'ensemble des contraintes et possibilités d'information et d'expression liées à l'analyse et la visualisation des données.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

sémiologie graphique – biais cognitifs – dataviz project – modules interactifs – infographies animées – cartographies interactives.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

6.3.8. Ressource R5.JOU.08 : Stratégies de diffusion

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S5

Descriptif :

En corrélation avec l'essor et l'évolution des technologies, le développement des plateformes de partage de contenu et l'émergence de nouveaux types et formats médiatiques a une influence sur la manière non seulement de produire l'information mais aussi de la diffuser. Cette ressource permettra de mettre l'accent sur l'arrivée de nouveaux acteurs et modèles médiatiques (en grande partie en lien avec l'avènement des réseaux et médias sociaux), le déploiement de nouveaux business models ou la multiplication des canaux et réseaux de diffusion afin de réfléchir aux problématiques liées à la diffusion de l'information. Pour l'étudiant en journalisme, il s'agira de s'interroger sur la manière de valoriser son travail mais aussi, plus largement, de réfléchir au rôle et la place du journaliste que ce soit au niveau de l'incarnation, de la visibilité ou vis-à-vis du public cible. L'accent pourra être porté sur les stratégies de publication des journalistes sur internet ainsi que sur les questions de concurrence qui se trouvent au cœur de la réflexion menée par les entreprises de presse afin de conserver leur audience et, in fine, l'étendre.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

diffusion – valorisation – influence – réseaux – technologies de l'information.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 6.JOU.01 Produire un maga (print, web, radio, télévision)	STAGE.JOU Stage JOURNALISM	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.JOU.04 Anglais des médias	R6.JOU.05 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R6.JOU.06 Cultures numérique	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X		X				
	AC31.02	X	X	X		X	X				
	AC31.03	X	X	X			X				
Produire	AC35.01	X	X	X			X	X	X		
	AC35.02	X	X	X			X	X	X		
	AC35.03	X	X	X			X		X		
Valoriser2	AC36.01	X	X	X			X		X	X	
	AC36.02	X	X	X			X		X		
	AC36.03	X	X	X			X		X		
	AC36.04	X	X	X			X		X	X	
Volume total					15	15	10	15	35	6	96
Dont TP					0	0	0	15	35	6	56
Adaptation Locale (SAÉ)		26									26
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)							38				38
TP Adaptation locale							35				35

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.JOU.01 : Produire un magazine (print, web, radio, télévision)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un magazine**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'élaborer un projet éditorial allant de la conception à la diffusion.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.JOU.05 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R6.JOU.06 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédias en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.JOU.04 | Anglais des médias
- R6.JOU.05 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R6.JOU.06 | Culture numérique

7.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littérale, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.JOU.04 : Anglais des médias

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Dans le prolongement des ressources dispensées au semestre 5, les étudiants devront poursuivre leur découverte et approfondir leur connaissance des médias anglo-saxons.

L'étude d'articles pourra permettre d'acquérir davantage de vocabulaire thématique en lien avec les enjeux du monde contemporain (politique, économie, environnement, justice...). L'accent pourra également être mis sur des points civilisationnels importants (fonctionnement des institutions, système électoral, événements historiques, organisation de la société...).

Sur le plan linguistique, des exercices de compréhension et expression orales permettront de développer la fluidité de l'expression dans un contexte professionnel (par exemple, lors de l'interview de sources anglophones).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)

Mots clés :

culture anglo-saxonne – langue de spécialité – interculturalité – communication écrite et orale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 15 heures de TP

7.3.5. Ressource R6.JOU.05 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétences ciblées :

- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.JOU.01 | Produire un magazine (print, web, radio, télévision)
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Il s'agit, à partir de formats longs (long read), de développer un journalisme d'investigation fondé sur l'enquête et développer dans cet esprit une publication numérique associée à un reportage audiovisuel qui mette en œuvre l'approche en contenu et la convergence journalistique. Cette première approche du journalisme d'enquête et des méthodes propres à l'investigation doit permettre de rendre compte des difficultés rencontrées et des modèles de remédiation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

enquête – investigation – réseaux sociaux.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 35 heures dont 35 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.JOU.06 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.JOU.01 | Produire un magazine (print, web, radio, télévision)
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Sur un plan théorique, l'objectif de cette ressource est de permettre aux étudiants de mieux percevoir les acteurs et les enjeux de la transition numérique.

Une généalogie d'Internet et du web permet d'appréhender l'héritage technique et idéologique des pionniers, les transformations produites dans l'organisation du travail, la manière dont le marché s'est imposé dans les mondes numériques, les tensions qui parcourent ces derniers.

Une approche plus sociologique permet d'éclairer les dynamiques des communautés en ligne et des réseaux sociaux numériques, de mettre en perspective les usages et les usagers du web.

L'économie des plateformes (GAFAM, BATX) est étudiée par le prisme de l'économie de l'attention et de la donnée (big data, algorithmes). Le positionnement de médias numériques, nativement ou pas, dans cet environnement est également observé.

Sur un plan pratique, cette ressource a pour objectif la conception et la mise en œuvre d'un projet éditorial de média numérique destiné aux réseaux sociaux numériques. On vise en priorité la maîtrise des formats médiatiques audiovisuels adaptés à l'environnement web (vidéos courtes, rythmées, sous-titrées, avec insertion d'éléments graphiques destinés à faciliter le visionnage)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

réseaux sociaux numériques – engagement des publics – logiciel libre – communautés – identité en ligne – espace public – fake news – civic tech – économie de l'attention – digital labour – open data – big data – algorithmes.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

Chapitre 5.

Parcours : Métiers du livre et du patrimoine

- 1. Structure générale des six semestres du parcours Métiers du livre et du patrimoine**

Tableau de structure pour le B.U.T Information-Communication

Pour le parcours : Métiers du livre et du patrimoine

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	380	345	340	265	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	88	82	136	106	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	44	26	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	44	56	81	62	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	292	263	204	159	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	98	77	64	62	48	24	425
Nbre heures de tp à définir localement	8	8	16	10	10	0	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 1.01 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation. SAE 1.02 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation français et langue SAE 1.MLP.03 Suivre l'actualité du livre et du patrimoine SAE 1.MLP.04 Découvrir des lieux culturels	PORTFOLIO Portfolio MLP S1	R1.01 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R1.02 Histoire des médias	R1.03 Sciences de l'information et de la communication	R1.04 Études des organisations	R1.05 Recherche d'information et veille	R1.06 Anglais	R1.07 Langue vivante 2	R1.08 Expression écrite et orale	R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO)	R1.10 Informatique	R1.11 Web	R1.12 Projet personnel et professionnel	R1.MLP.13 Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine	R1.MLP.14 Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle	R1.MLP.15 Paysage culturel et éditorial	R1.MLP.16 Conception graphique	R1.MLP.17 Gestion de projet	R1.MLP.18 Communication des organisations culturelles			Décrypter			
																								AC11.01	AC11.02	AC11.03	
Partager	AC12.01		X												X												
	AC12.02		X						X	X	X				X												
	AC12.03		X									X	X	X	X												
	AC12.04		X				X								X												
Développer	AC13.01			X											X	X			X								
	AC13.02			X											X		X										
	AC13.03														X			X									
	AC13.04														X			X	X								
Organiser	AC14.01				X	X									X												
	AC14.02				X	X									X												
	AC14.03				X	X									X							X	X				
	AC14.04				X	X									X							X	X				
Volume total				15	10	22	14	14	18	18	18	13	13	13	10	20	20	22	20	17	15	292					
Dont TP				0	0	0	0	5	9	9	9	8	8	10	5	0	5	5	20	5	0	48					
Adaptation Locale (SAE)			48																								
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)														38													38
TP Adaptation locale														16													16

2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association, ...)**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif. C'est aussi la phase d'audit d'une nouvelle organisation, soit futur partenaire, soit futur employeur.

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, la synthèse documentaire s'appuie sur l'identification et la sélection des sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.

L'audit met en lumière les dispositifs d'information et de communication de l'organisation qui paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Apprentissages critiques :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R1.02 | Histoire des médias
- R1.03 | Sciences de l'information et de la communication
- R1.04 | Études des organisations
- R1.05 | Recherche d'information et veille

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire un document d'accompagnement pour une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante** et **susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.

Mais aussi, de susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.

Apprentissages critiques :

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.06 | Anglais
- R1.07 | Langue vivante 2
- R1.08 | Expression écrite et orale
- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.10 | Informatique
- R1.11 | Web

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.MLP.03 : Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **suivre le parcours d'un auteur, d'un livre, d'une exposition, d'un dispositif de médiation, d'une manifestation etc., en identifiant les relais médiatiques, les acteurs impliqués, notamment institutionnels, les espaces d'appropriation ou de médiation avec le public, pour en suivre l'attrait auprès des publics au moyen d'indicateurs à définir.**

Descriptif générique :

Au moment de la rentrée littéraire, culturelle et artistique, ce type d'observation sur le temps long est indispensable dans les activités des agents littéraires, médiateurs, éditeurs et journalistes spécialisés.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.MLP.13 | Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine
- R1.MLP.14 | Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle
- R1.MLP.15 | Paysage culturel et éditorial

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.MLP.04 : Découvrir des lieux culturels

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **découvrir des lieux culturels, leur mise en espace de l'offre, les pratiques de leurs usagers, pour exercer son regard critique, par une visite réelle ou virtuelle.**

Descriptif générique :

Cette démarche est une propédeutique à la phase de création de dispositifs de médiation.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.MLP.15 | Paysage culturel et éditorial
- R1.MLP.17 | Gestion de projet
- R1.MLP.18 | Communication des organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 1, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition du niveau des compétences ciblé en première année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation.

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel
- R1.MLP.16 | Conception graphique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Ce premier niveau de la ressource permet de présenter aux étudiants des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux info-communicationnels du monde contemporain.

Cette ressource doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles et de pouvoir élaborer un plan média.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le premier niveau de cette ressource de définir les notions théoriques d'information et de communication, en s'appuyant sur des travaux fondateurs des sciences de l'information et de la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.

Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Organisations – Pouvoir et décisions – RSE / RSO – Développement durable – Stratégie globale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.

Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

Mots clés :

Recherche d'information – Veille informationnelle – Source d'information – Moteurs de recherche

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 5 heures de TP

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports).

Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Entretien – Aisance orale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.9. Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à créer des documents destinées à l'impression ou au web.

Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.

Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Formats d'image – Retouche d'image – Édition – Illustration – Mise en page

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.).
- Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé
- Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Traitement de texte – Présentation de type diaporama – Fonctionnement de base d'un ordinateur – Compétences numériques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Les objectifs principaux de cette ressource sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :

- Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne.
- Créer une newsletter.
- Utiliser une interface d'administration.
- Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site.
- Mettre en place une surveillance des performances du site.
- Découvrir les bases du référencement

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.MLP.13 : Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Descriptif :

Les contenus enseignés sont : présentation et analyse des différents métiers du livre et du patrimoine au sein de leur écosystème, dans une approche socioéconomique.

Le développement d'une offre culturelle fait intervenir différents acteurs et organisations, participant au sein d'un même écosystème, à la production proprement dite de cette offre ou à sa mise à disposition auprès de publics et d'utilisateurs.

La prise en compte de l'écosystème vise à montrer les articulations et interdépendances entre ces acteurs et organisations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique

Mots clés :

socio-économie – écosystème – domaines culturels – métiers du livre et du patrimoine

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

2.3.14. Ressource R1.MLP.14 : Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'appréhender l'offre culturelle en fournissant des éléments de contextualisation et des repères historiques. Les littératures sont abordées dans leur ancrage historique aussi bien que contemporain. Elles sont pensées à travers les courants littéraires et les systèmes d'idées auxquels elles appartiennent.

Elles pourront également être abordées d'un point de vue de l'analyse littéraire (analyse d'une œuvre et de sa réception, appréhension d'un courant littéraire, définition d'un genre, etc.) L'histoire culturelle recouvre différentes ressources : l'histoire du livre, l'histoire du patrimoine, l'histoire publique, l'histoire des arts, des sciences et des idées.

L'histoire du livre abordera l'évolution du livre et de ses usages. Elle vise à faire acquérir une culture historique du livre, du papyrus au numérique.

L'histoire du patrimoine, des arts, des sciences et des idées abordera les grands courants de la pensée et l'histoire des sociétés humaines à travers notamment les notions de patrimoine et processus de patrimonialisation ; de nouvelle muséologie et initiation à l'Histoire des courants artistiques et scientifiques.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Mots clés :

Offre culturelle – repères historiques – livre – patrimoine – littératures

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 5 heures de TP

2.3.15. Ressource R1.MLP.15 : Paysage culturel et éditorial

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine
- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

Les politiques des organisations artistiques et culturelles visent à produire une offre de biens et services culturels et à la rendre disponible auprès de différents publics et marchés.

La présentation des secteurs et des acteurs concernés par un même écosystème permet d'identifier et d'analyser la diversité des politiques de développement de l'offre.

Les contenus enseignés sont les suivants.

- Présentation de la production éditoriale et des différents secteurs éditoriaux.
- Analyse de la structure du secteur de l'édition et de ses principaux acteurs.
- Présentation du commerce du livre, des diverses formes de vente et des grandes enseignes ainsi que des différentes modalités de mise à disposition de l'offre auprès des usagers.
- Approche de l'écosystème partagé par les différentes organisations culturelles étudiées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Mots clés :

écosystème – commerce du livre – production éditoriale – secteur de l'édition – organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures dont 5 heures de TP

2.3.16. Ressource R1.MLP.16 : Conception graphique

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S1

Descriptif :

Cette ressource est une initiation à la conception graphique. Elle intervient en amont des enseignements techniques qui auront pour but de permettre aux étudiants de créer des objets de communication visuelle (affiches, logotypes, livres, signalétiques, brochures, site web...).

Elle est en ce sens une approche théorique des règles de composition qui permettra aux étudiants tout au long de leur formation, de créer, choisir et utiliser des éléments graphiques pour élaborer des outils de communication culturelle.

Il s'agira de les accompagner dans la compréhension des règles de design graphique : mise en page, typographie, images, formes, couleurs, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Mots clés :

communication visuelle – règles de composition – design graphique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 20 heures de TP

2.3.17. Ressource R1.MLP.17 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de proposer une initiation à la gestion de projet.

Cette ressource aborde d'un point de vue méthodologique la conduite de projet. Elle permet de sensibiliser les étudiants à l'importance de la dynamique de groupe (motivation, implication, gestion de crise) pour créer une synergie permettant une amélioration continue de la stratégie de projet.

Il s'agit pour l'étudiant de comprendre l'intérêt de mener une démarche construite de gestion de projet, d'identifier les acteurs de la démarche de projet (commanditaires, maître d'œuvre, comité de pilotage) et de comprendre comment mettre en forme les documents à destination des partenaires :

- analyse de la situation (SWOT et organigramme),
- cahier des charges.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Travail collaboratif – méthodologie de projet – stratégie – commande – partenariat – cahier des charges – SWOT

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 5 heures de TP

2.3.18. Ressource R1.MLP.18 : Communication des organisations culturelles

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de former les étudiants à concevoir des stratégies cohérentes de communication pour des organisations culturelles.

À cette fin, les étudiants seront tout d'abord sensibilisés aux spécificités, aux étapes et aux normes des stratégies de communication dans le cadre des organisations culturelles.

Les étudiants seront également formés aux différents outils, méthodes et techniques pouvant les accompagner dans la conduite de ce genre de stratégies.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

stratégie de communication – organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAÉ 2.02 Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	SAÉ 2.MLP.03 Concevoir un événement ou une médiation	STAGE MLP Stage MLP S2	PORTFOLIO Portfolio MLP S2	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie, ...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.MLP.11 Socié-économie du livre et du patrimoine	R2.MLP.12 Littérature et histoire culturelle	R2.MLP.13 Outils et techniques professionnels décalés	R2.MLP.14 Relation client et accueil du public	R2.MLP.15 Gestion de projet
Décrypter	AC11.01	X	X		X	X	X	X	X	X						X					
	AC11.02				X	X										X					
	AC11.03				X	X		X								X					
Partager	AC12.01	X			X	X										X					
	AC12.02		X		X	X					X	X	X	X		X					
	AC12.03				X	X										X					
	AC12.04	X			X	X									X	X					
Développer	AC13.01			X	X	X										X	X	X			
	AC13.02				X	X										X		X			
	AC13.03			X	X	X										X					
	AC13.04			X	X	X										X					
Organiser	AC14.01				X	X										X			X		
	AC14.02			X	X	X										X					X
	AC14.03			X	X	X										X				X	X
	AC14.04			X	X	X										X				X	X
Volume total						18	18	20	14	20	20	20	20	15	15	10	20	24	20	17	12
Dont TP						0	0	0	0	6	6	6	6	6	0	5	5	5	18	10	10
Adaptation Locale (SAÉ)				38																	
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)												48									
TP Adaptation locale												16									

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (afiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'utilisateurs ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.MLP.03 : Concevoir un évènement ou une médiation

Compétences ciblées :

- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir une manifestation culturelle au sein d'une structure.**

Descriptif générique :

En s'appuyant sur des connaissances en techniques spécifiques, gestion de projet, économie des organisations, médiation/communication, il s'agit de répondre à une commande de conception d'un projet de médiation/médiatisation d'un évènement ou d'une institution culturelle.

Il faut analyser l'offre existante et imaginer un dispositif de médiation/médiatisation adapté au public spécifique de cet acteur, en appliquant les principes de base de la communication.

Toutes les déclinaisons éditoriales envisagées seront précisées.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.MLP.11 | Socio-économie du livre et du patrimoine
- R2.MLP.12 | Littérature et histoire culturelle
- R2.MLP.13 | Outils et techniques professionnels dédiés
- R2.MLP.14 | Relation client et accueil du public
- R2.MLP.15 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. STAGE.MLP : Stage MLP S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblées, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.MLP | Stage MLP S2
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.MLP.11 : Socio-économie du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

Le développement d'une offre culturelle fait intervenir différents acteurs et organisations, participant au sein d'un même écosystème, à la production proprement dite de cette offre ou à sa mise à disposition auprès de publics et d'utilisateurs.

La prise en compte de l'écosystème vise à montrer les articulations et interdépendances entre ces acteurs et organisations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique

Mots clés :

écosystème – domaines culturels – socio-économie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 5 heures de TP

3.3.12. Ressource R2.MLP.12 : Littérature et histoire culturelle

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'appréhender l'offre culturelle en fournissant des éléments de contextualisation et des repères historiques. Les littératures sont abordées dans leur ancrage historique aussi bien que contemporain. Elles sont pensées à travers les courants littéraires et les systèmes d'idées auxquels elles appartiennent.

Elles pourront également être abordées d'un point de vue de l'analyse littéraire (analyse d'une œuvre et de sa réception, appréhension d'un courant littéraire, définition d'un genre, etc.) L'histoire culturelle recouvre différentes ressources : l'histoire du livre, l'histoire du patrimoine, l'histoire publique, l'histoire des arts, des sciences et des idées.

L'histoire du livre abordera l'évolution du livre et de ses usages. Elle vise à faire acquérir une culture historique du livre, du papyrus au numérique.

L'histoire du patrimoine, des arts, des sciences et des idées abordera les grands courants de la pensée et l'histoire des sociétés humaines à travers notamment les notions de patrimoine et processus de patrimonialisation ; de nouvelle muséologie et initiation à l'Histoire des courants artistiques et scientifiques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Mots clés :

écosystème – domaines culturels – repères historiques – livre – patrimoine – littératures

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.MLP.13 : Outils et techniques professionnels dédiés

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

S'appuyant sur une connaissance des enjeux et de la gestion documentaires, il s'agit de présenter aux étudiants les outils spécifiques qui participent de la "professionnalité" spécifique des domaines culturels (bibliothèques, librairies, maisons d'édition, structures du patrimoine).

Les étudiants devront pouvoir identifier, utiliser et analyser plusieurs de ces outils et techniques, comme par exemple les techniques de d'indexation et de catalogage selon les normes bibliothéconomiques ou muséales, la valorisation des métadonnées éditoriales (base Electre), ou l'utilisation de logiciels de gestion de librairie.

Le choix des outils et techniques présentés sera fait en cohérence avec l'approfondissement plus important des spécificités propres à un ou plusieurs métiers du livre et du patrimoine proposé par chaque établissement, afin d'apprendre aux étudiants à connaître et utiliser des

outils professionnels spécifiques à un ou plusieurs métiers (sites web, catalogues, bases de données, etc.), ainsi qu'à les situer dans l'environnement global des métiers du livre et du patrimoine.

Selon la ou les spécialités professionnelles choisies. – Langages documentaires dans leur diversité (langage documentaire précoordonné, postcoordonné ; classification Dewey, CDU avec quelques exemples pratique d'indexation ; indexation Rameau - présentation simple sans attente d'une maîtrise pratique de l'indexation) – SIGB : base de données bibliographiques gratuites et payantes outils de gestion des librairies et musées catalogues, bases de données éditoriales

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)

Mots clés :

base de données – langage documentaire – classification – indexation – outils de gestion – métadonnées

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 18 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.MLP.14 : Relation client et accueil du public

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est la formation à l'accueil des publics : clients ou usagers.

Il s'agit d'y décliner l'ensemble des situations de communication et/ou de médiation adaptées à la vente des livres et aux services liés aux biens culturels. Cette ressource propose donc l'apprentissage des techniques de vente et d'accueil des publics, de gestion de la relation clientèle, de la mise en œuvre de stratégies de médiation.

Elle sensibilise également les étudiants à la diversité des publics et des clientèles. L'étudiant apprend comment mener une vente à son terme et/ou comment procéder à l'accueil des usagers.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Vente – Techniques de vente – Accueil – Gestion – Clientèle – Usagers – Services – communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 10 heures de TP

3.3.15. Ressource R2.MLP.15 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de comprendre l'intérêt de mener une démarche construite de gestion de projet et de comprendre comment mettre en forme les documents à destination des partenaires :

- budget prévisionnel,
- rétro planning (GANTT),
- processus d'évaluation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Travail collaboratif – méthodologie de projet – budget – planning – évaluation – diagramme de Gantt

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3.MLP.01 Réaliser un événement ou une médiation	SAE 3.MLP.02 Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle	PORTFOLIO Portfolio MLP S3	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.MLP.08 Histoire et politiques culturelles	R3.MLP.09 Littérature, arts et sciences : perspective historique	R3.MLP.10 Techniques spécifiques	R3.MLP.11 Médiation et communication	
Décrypter	AC21.01	X		X	X	X					X					
	AC21.02		X	X			X				X					
	AC21.03	X	X	X							X					
Partager	AC22.02	X	X	X				X	X	X	X					
	AC22.03		X	X				X	X	X	X					
	AC22.04		X	X	X	X					X					
	AC22.05						X				X					
Développer	AC23.01	X		X							X	X				
	AC23.02										X	X	X			
	AC23.03		X	X							X					
	AC23.04										X			X		
	AC23.05	X		X							X			X		
	AC23.06		X	X							X					
Organiser	AC24.01	X	X	X							X					
	AC24.02	X		X							X				X	
	AC24.03		X	X							X				X	
	AC24.04	X	X	X							X					
Gérer	AC25.01		X	X							X					
	AC25.02	X		X							X			X		
	AC25.03		X	X							X					
	AC25.04	X	X	X							X					
Volume total					20	30	20	20	20	10	18	18	18	10	204	
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	5	5	18	6	64
Adaptation Locale (SAE)		55														55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)									81							81
TP Adaptation locale									45							45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.MLP.01 : Réaliser un évènement ou une médiation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **planifier une manifestation culturelle au sein d'une structure et s'intégrer activement au travail de valorisation des fonds au sein d'une entreprise culturelle.**

Descriptif générique :

En s'appuyant sur des connaissances en techniques spécifiques, gestion de projet, économie des organisations, médiation/communication, il s'agit de répondre à une commande de conception d'un projet de médiation/médiatisation d'un évènement ou d'une institution culturelle.

Il faut analyser l'offre existante et réaliser un dispositif de médiation/médiatisation adapté au public spécifique de cet acteur, en appliquant les principes de base de la communication.

Toutes les déclinaisons éditoriales envisagées seront précisées.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.10 | Techniques spécifiques
- R3.MLP.11 | Médiation et communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.MLP.02 : Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **traiter une problématique de communication rencontrée par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus de la gestion de projet et des techniques spécifiques ainsi que de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit d'analyser l'existant, de proposer des réalisations et/ou préconisations en lien avec les attentes de la structure.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.09 | Littérature, arts et sciences : perspective historique
- R3.MLP.10 | Techniques spécifiques
- R3.MLP.11 | Médiation et communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.09 | Littérature, arts et sciences : perspective historique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaire) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.MLP.08 : Histoire et politiques culturelles

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

Histoire des politiques culturelles en France depuis la Révolution.

Étude de la mise en place du ministère des Affaires culturelles en 1958/1959, puis de son évolution.

Étude des choix politiques nationaux en matière culturelle et de leur traduction dans une administration publique chargée de leur mise en oeuvre.

Étude de l'action publique en matière culturelle en relation avec les contextes sociaux, économiques et politiques. Analyse de ses mutations et de sa mise en application dans les différents secteurs culturels.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

politiques culturelles – administration publique – affaires culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 5 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.MLP.09 : Littérature, arts et sciences : perspective historique

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art et en sciences des étudiants.

Au S3, elle pourra adopter une perspective historique et offrir des contenus de sciences et sciences humaines utiles aux différentes spécialités : faits sociaux, histoire des idées, des sciences et des techniques, des arts, philosophie, genres littéraires, courants artistiques et littéraires, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

art – littérature – sciences et sciences humaines – perspective historique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 5 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.MLP.10 : Techniques spécifiques

Compétences ciblées :

- Développer une offre culturelle
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Descriptif :

Objectifs :

S'attacher à comprendre la diversité des secteurs éditoriaux, des collections muséales et des politiques d'acquisitions patrimoniales et d'assortiment et d'achat en librairie :

Comprendre

les cycles économiques de la librairie : les techniques d'achat, le développement et l'actualisation des fonds (littérature jeunesse, musique, DVD...);

la politique documentaire en bibliothèque (fonds, livre, vidéo, sonores).

les outils de gestion du patrimoine

les stratégies éditoriales papiers et numériques : projet éditorial, ligne éditoriale, collections..

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)

Mots clés :

politique d'acquisition – assortiment – collection et catalogue

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 18 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.MLP.11 : Médiation et communication

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Descriptif :

Cette ressource propose aux étudiant.e.s de se familiariser avec les stratégies, les usages et les pratiques d'animations et de mise en place des actions culturelles en lien avec les cibles et publics concernés.

Découverte des outils de communication numériques (community management, animation de réseaux..) ou marketing (vitrine, mise en avant etc)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur

Mots clés :

animation – action culturelle –

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 6 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 4.MLP.01 Réaliser une enquête ou étude de marché	SAE 4.MLP.02 Répondre à une commande (Training)	SAE 4.MLP.03 Elaborer un projet communication culturelle	STAGE.MLP Stage MLP S4	PORTFOLIO Portfolio MLP S4	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.MLP.08 Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine	R4.MLP.09 Techniques spécifiques	
Décrypter	AC21.01			X	X	X	X						X			
	AC21.02		X	X	X	X			X				X			
	AC21.03	X	X	X	X	X		X	X				X			
Partager	AC22.02	X	X		X	X				X	X	X	X			
	AC22.03		X		X	X				X	X	X	X			
	AC22.04		X	X	X	X	X						X			
	AC22.05		X		X	X		X	X				X			
Développer	AC23.01				X	X							X			
	AC23.02		X		X	X							X	X		
	AC23.03		X		X	X							X			
	AC23.04		X		X	X							X			
	AC23.05		X	X	X	X							X			
	AC23.06			X	X	X							X			
Organiser	AC24.01				X	X							X			
	AC24.02				X	X							X			
	AC24.03	X	X		X	X							X			
	AC24.04				X	X							X		X	
Gérer	AC25.01				X	X							X			
	AC25.02	X			X	X							X		X	
	AC25.03		X		X	X							X		X	
	AC25.04	X	X		X	X							X		X	
Volume total						18	18	18	20	20	20	10	15	20	159	
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	12	20	62	
Adaptation Locale (SAE)			44													44
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								60								60
TP Adaptation locale								35								35

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.MLP.01 : Réaliser une enquête ou étude de marché

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **recueillir et analyser des données statistiques dans le cadre d'une étude ou d'une enquête.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et administrer des questionnaires et des grilles d'entretien, de déployer les techniques d'interview et de conduite d'entretien.

Il faut arriver à synthétiser et analyser des informations en utilisant des logiciels de traitement des données et d'analyse sémantique.

Il s'agit d'élaborer une enquête sur le terrain, de la conception de l'objet de l'étude jusqu'à l'analyse statistique des résultats d'après les données recueillies auprès de la population choisie.

Cette enquête pourra s'effectuer à l'aide d'un questionnaire papier en face à face ou sous format multimédia.

Différents points sont abordés : Analyse de la demande, Entretiens, recherche documentaire, Élaboration du protocole d'enquête, Échantillonnage, Rédaction du questionnaire, Les biais dans l'enquête, le Recueil des données (pré test, et recueil final), le Traitement des données et l'analyse des résultats (tris à plat et tris croisés), Interprétation

Apprentissages critiques :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.MLP.02 : Répondre à une commande (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre à un appel d'offre émis par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la gestion de projet et des techniques spécifiques, mais aussi de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit :

- d'analyser l'existant,
- de proposer des préconisations en lien avec les attentes du commanditaire.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.08 | Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. SAÉ 4.MLP.03 : Elaborer un projet de communication culturelle

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**élaborer un projet de communication print et web, à partir d'un événement culturel ou d'une structure culturelle.**

Descriptif générique :

A partir de l'analyse de l'existant (site internet, portail, présence sur les réseaux sociaux, flyers, bulletins d'informations, affiches...), il faut faire des préconisations en tenant compte des publics et clients ciblés.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.4. STAGE.MLP : Stage MLP S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale

5.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle
- STAGE.MLP | Stage MLP S4
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S4

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle
- STAGE.MLP | Stage MLP S4
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S4

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.MLP | Stage MLP S4
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblées, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.MLP.08 : Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art et en sciences des étudiants.

Au S4, elle pourra adopter une perspective contemporaine et traiter de sujets en lien avec l'actualité des arts, des sciences ou de la littérature.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

art – littérature – sciences et sciences humaines – perspective contemporaine

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 12 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.MLP.09 : Techniques spécifiques

Compétences ciblées :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle

Descriptif :

Approfondissement des techniques spécifiques qui abordent les questions de transport matériel, circulation numérique, logistique, diffusion et distribution des biens culturels (livres, oeuvres matérielles et immatérielles, etc.).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

diffusion – distribution – logistique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 20 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 5_MLP.01 Créer un guide de lecteur ou catalogue de collection	SAE 5_MLP.02 Concevoir un projet culturel	PORTFOLIO Portfolio MLP S5	R5.01 Sciences de l'information et de la communication	R5.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	R5.03 Responsabilité sociale des organisations	R5.04 Projet personnel et professionnel	R5_MLP.05 Littérature, arts et sciences : perspective internationale	R5_MLP.06 Marché éditorial et stratégie d'offre	R5_MLP.07 Écrits professionnels - mise à niveau	R5_MLP.08 Médiation et communication	R5_MLP.09 Pratique et outils professionnels	R5_MLP.10 Production audiovisuelle et numérique
Décrypter	AC31.01		X	X	X			X						
	AC31.02	X	X	X		X		X						
	AC31.03		X	X			X	X						
Développer	AC33.01	X	X	X				X	X	X				
	AC33.02	X	X	X				X		X				
	AC33.03	X	X	X				X		X				
	AC33.04	X	X	X				X						
Organiser	AC34.01	X	X	X				X				X		X
	AC34.02	X	X	X				X			X	X		X
	AC34.03		X	X				X			X	X		
Gérer	AC35.01		X	X				X						
	AC35.02	X	X	X				X					X	
	AC35.03		X	X				X						
Volume total				15	15	20	10	28	20	14	16	24	24	186
Dont TP				0	0	0	0	0	10	10	0	14	14	48
Adaptation Locale (SAÉ)			50											50
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)								74						74
TP Adaptation locale								45						45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.MLP.01 : Créer un guide de lecteur ou catalogue de collection

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un support de communication abouti pour répondre à différents objectifs de communication : valorisation des fonds, des services, de l'établissement, d'une exposition, d'un événement culturel, scientifique, etc.**

Descriptif générique :

La création d'un guide ou d'un catalogue mobilise plusieurs compétences : connaissance de la structure, des fonds et des publics, capacités rédactionnelles et graphiques, choix des supports et formats adaptés, anticipation des mises à jour, etc.

A partir d'une étude de cas réelle ou fictive, le travail sera fait dans le respect des plans de communication, charte graphique et autres. La prise en compte des normes d'impression sera également attendue.

Apprentissages critiques :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.MLP.02 : Concevoir un projet culturel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir un événement, une médiation ou une action répondant à une commande institutionnelle publique ou privée (centre d'art, musée, entreprise éditoriale, librairie, médiathèques, etc).**

Descriptif générique :

Cette action demande de construire un plan de communication et un calendrier des tâches qui lui est attaché.

Il faut chercher des financements et contacter des intervenants, le cas échéant.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.MLP.05 | Littérature, arts et sciences : perspective internationale
- R5.MLP.06 | Marché éditorial et stratégie d'offre
- R5.MLP.07 | Écrits professionnels - mise à niveau
- R5.MLP.08 | Médiation et communication
- R5.MLP.09 | Pratique et outils professionnels
- R5.MLP.10 | Production audiovisuelle et numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblés en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.MLP.10 | Production audiovisuelle et numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.MLP.05 : Littérature, arts et sciences : perspective internationale

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art, en sciences et SHS des étudiants.

Au S5, elle adoptera une perspective internationale aussi bien au niveau de la littérature que des arts et des sciences.

Apprentissage critique ciblé :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante

Mots clés :

courants littéraires – artistiques et scientifiques – sciences humaines et sociales

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 28 heures

6.3.6. Ressource R5.MLP.06 : Marché éditorial et stratégie d'offre

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de rendre autonome les étudiant.e.s dans la gestion de l'assortiment en librairie, dans la construction d'une stratégie d'offre éditoriale ou patrimoniale, dans la mise en oeuvre d'un politique documentaire (collection spécialisée, collection patrimoniale, patrimoine écrit, etc.)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en oeuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication

Mots clés :

collection – marché – offre

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.MLP.07 : Écrits professionnels - mise à niveau

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Écrits professionnels : technique d'énonciation éditoriale (argumentaires, notes de lecture, quatrièmes de couverture), notices, notules, « coups de coeur », brochures d'information au public.

Entraînement aux épreuves écrites de concours, note de synthèse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles

Mots clés :

note de synthèse – argumentaires – notes de lecture

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 10 heures de TP

6.3.8. Ressource R5.MLP.08 : Médiation et communication

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Objectif : élaborer et mettre en oeuvre une stratégie de communication médias et hors-médias : plan de communication, cible, moyens, Swot, média, mediaplanning, relation presse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles

Mots clés :

stratégie de communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

6.3.9. Ressource R5.MLP.09 : Pratique et outils professionnels

Compétence ciblée :

- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de maîtriser l'usage et la technique des outils dédiés et des méthodes professionnelles : SIGB, indexation- catalogage, logiciels de gestion en librairie, référencement, gestion des données, lecture-correction, techniques d'éditorialisation, interopérabilité, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle

Mots clés :

SIGB – logiciels de gestion en librairie – gestion des données – référencement

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 14 heures de TP

6.3.10. Ressource R5.MLP.10 : Production audiovisuelle et numérique

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S5

Descriptif :

Objectif : acquisition des techniques (réalisation, captation, montage, séquençage) liées à la production de contenus numériques, d'images fixes ou animées pour différents supports (sites, blogs, réseaux sociaux) et différents objectifs (promotion, valorisation, contenus audiovisuels : capsules vidéo numériques, podcast, etc.)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats

Mots clés :

video – photo – numérique – montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 14 heures de TP

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 6.MLP.01 Répondre à une commande	SAÉ 6.MLP.02 Réaliser un projet culturel	STAGE.MLP Stage MLP S6	PORTFOLIO Portfolio MLP S6	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.MLP.04 Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre	R6.MLP.05 Écrits professionnels	R6.MLP.06 Gestion, connaissance et valorisation des fonds	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X	X		X				
	AC31.02	X	X	X	X		X	X				
	AC31.03	X	X	X	X			X				
Développer	AC33.01	X	X	X	X			X	X			
	AC33.02	X	X	X	X			X	X		X	
	AC33.03	X	X	X	X			X			X	
	AC33.04	X	X	X	X			X			X	
Organiser	AC34.01	X	X	X	X			X				
	AC34.02	X	X	X	X			X		X		
	AC34.03	X	X	X	X			X		X		
Gérer	AC35.01	X	X	X	X			X				
	AC35.02	X	X	X	X			X		X		
	AC35.03	X	X	X	X			X		X	X	
Volume total					15	15	10	16	14	26	96	
Dont TP					0	0	0	0	14	10	24	
Adaptation Locale (SAÉ)		26										26
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								38				38
TP Adaptation locale												35

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.MLP.01 : Répondre à une commande

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre à un appel d'offre émis par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la gestion de projet et des techniques spécifiques, mais aussi de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit :

- d'analyser l'existant,
- de proposer des réalisations et/ou préconisations en lien avec les attentes du commanditaire et
- de mettre en œuvre un dispositif répondant à la commande.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. SAÉ 6.MLP.02 : Réaliser un projet culturel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **mener à son terme un projet culturel et de faire se réaliser concrètement l'action engagée et conçue.**

Descriptif générique :

Sur la base de la conception d'un projet culturel, il s'agit de mener à bien sa réalisation concrète.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.3. STAGE.MLP : Stage MLP S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

7.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.MLP | Stage MLP S6
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.MLP.04 : Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art, en sciences et SHS des étudiants.

Pour le S6, les étudiants seront capables de mettre en oeuvre leurs connaissances acquises pour :

- analyser un marché ou augmenter un fonds,
- situer une oeuvre dans le champ littéraire et patrimonial, de la rattacher à un courant artistique, littéraire ou scientifique, à un genre ou à une époque.
- en juger la pertinence dans un offre globale et dans une stratégie de développement nationale ou internationale.

En plus de renforcer leurs connaissances, ce semestre sera l'occasion d'une mise en pratique de ces acquis en lien avec les Saé rattachées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés

Mots clés :

courants littéraires – artistiques et scientifiques – sciences humaines et sociales – stratégie de développement

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

7.3.5. Ressource R6.MLP.05 : Écrits professionnels

Compétences ciblées :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Approfondissement du travail fait dans la ressource de même nom au semestre 5.

Écrits professionnels : technique d'énonciation éditoriale (argumentaires, notes de lecture, quatrièmes de couverture), notices, notules, « coups de cœur », brochures d'information au public. Entraînement aux épreuves écrites de concours, note de synthèse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

note de synthèse – argumentaires – notes de lecture

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 14 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.MLP.06 : Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Compétences ciblées :

- Développer une offre culturelle
- Gérer une organisation culturelle

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de permettre l'approfondissement des fonds spécifiques dans le domaine des livres et dans celui du patrimoine.

Il s'agit d'apprendre les techniques de mises en avant et les contingences : marketing, agenda culturel, scénographie, diffusion, sur-diffusion, journal des ventes, commande, rendez-vous représentant, longue traîne, marchés de niche, ...)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

mise en avant – fonds et collections

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 26 heures dont 10 heures de TP

Chapitre 6.

Parcours : Publicité

1. Structure générale des six semestres du parcours Publicité

Tableau de structure pour le B.U.T Information-Communication

Pour le parcours : Publicité

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	370	360	340	260	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	86	86	136	104	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	48	38	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	38	48	81	60	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	284	274	204	156	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	85	75	80	60	26	16	534
Nbre heures de tp à définir localement	16	16	45	35	45	35	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

		AC																																																			
		SAE 1.01 Réaliser une synthèse d'un texte à propos d'une occasion		SAE 1.02 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation français et langue de marché		SAE 1.PUB.03 Réaliser une analyse de marché		SAE 1.PUB.04 Concevoir une identité graphique		SAE 1.PUB.05 Décrypter le brief d'un annonceur		PORIFOLIO Portfolio PUB S1		R1.01 SHS : Sociologie, psychologie, Anthropologie, Linguistique, Philosophie		R1.02 Histoire des médias		R1.03 Sciences de l'information et de la communication		R1.04 Études des organisations		R1.05 Recherche d'information et veille		R1.06 Anglais		R1.07 Langue vivante 2		R1.08 Expression écrite et orale		R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO)		R1.10 Informatique		R1.11 Web		R1.12 Profil personnel et professionnel		R1.PUB.13 Comportement des consommateurs		R1.PUB.14 Etudes de marché, Marketing d'études		R1.PUB.15 Marketing fondamental, Stratégie de marque		R1.PUB.16 Art contemporain et créatifs		R1.PUB.17 Culture et tendances publicitaires / Culture graphique		R1.PUB.18 Métiers et acteurs de la publicité		R1.PUB.19 Atelier Recommandation		R1.PUB.20 Gestion de projet	
		AC11.01		AC11.02		AC11.03		AC12.01		AC12.02		AC12.03		AC12.04		AC13.01		AC13.02		AC13.03		AC13.04		AC14.01		AC14.02		AC14.03		AC14.04		AC15.01		AC15.02		AC15.03		AC15.04															
		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Décrypter		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Partager		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Comprendre		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Concevoir 2		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Déployer2		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X															
Volume total		15		10		22		14		14		18		18		18		13		13		13		10		12		12		12		16		16		12		12		14													
Dont TP		0		0		0		0		5		9		9		9		8		8		10		5		0		4		0		4		4		0		10		0													
Adaptation Locale (SAE)		48																																																			
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)																																																					
TP Adaptation locale																																																					

2.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

2.2.1. SAÉ 1.01 : Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association, ...)**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif. C'est aussi la phase d'audit d'une nouvelle organisation, soit futur partenaire, soit futur employeur.

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, la synthèse documentaire s'appuie sur l'identification et la sélection des sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.

L'audit met en lumière les dispositifs d'information et de communication de l'organisation qui paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Apprentissages critiques :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R1.02 | Histoire des médias
- R1.03 | Sciences de l'information et de la communication
- R1.04 | Études des organisations
- R1.05 | Recherche d'information et veille

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.2. SAÉ 1.02 : Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **produire un document d'accompagnement pour une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante** et **susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur**.

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.

Mais aussi, de susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.

Apprentissages critiques :

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.06 | Anglais
- R1.07 | Langue vivante 2
- R1.08 | Expression écrite et orale
- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.10 | Informatique
- R1.11 | Web

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.PUB.03 : Réaliser une analyse de marché

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans le cadre du développement d'un nouveau produit / service d'une organisation fictive ou réelle, l'objectif est d'**analyser les composants du marché pour en évaluer les caractéristiques et valider la faisabilité du projet.**

Descriptif générique :

Il faut réunir des ressources documentaires de différentes nature pour les lire et ainsi repérer les caractéristiques de l'offre et de la demande pour les mettre en avant dans un compte rendu structuré.

L'objectif final est de déterminer si l'organisation se situe sur un marché propice au développement de son projet.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.13 | Comportement des consommateurs
- R1.PUB.14 | Études de marché, Marketing d'études
- R1.PUB.15 | Marketing fondamental, Stratégie de marque

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.PUB.04 : Concevoir une identité graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire l'identité graphique d'une organisation.**

Descriptif générique :

A partir d'un brief client réel ou fictif, en mobilisant des techniques de créativité, il s'agit de travailler en passant par une étape de créativité et de recherche de symboles, avant de passer à une étape d'exécution.

Il faut mobiliser des connaissances en techniques de créativité et produire les livrables en usant des codes de communication et leur sens, tout en mobilisant des compétences en PAO.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.16 | Art contemporain et créativité
- R1.PUB.17 | Culture et tendances publicitaires / Culture graphique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. SAÉ 1.PUB.05 : Décrypter le brief d'un annonceur

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**identifier les clés et la méthodologie pour lire et analyser un brief annonceur.**

Descriptif générique :

La lecture et le décryptage d'un brief annonceur est une mission indispensable en agence pour répondre aux besoins de son client.

Ce travail passe par plusieurs étapes.

- Le diagnostic de la communication antérieure et actuelle de l'annonceur
- La compréhension et la mise en exergue des objectifs et des enjeux de la demande de l'annonceur

Apprentissages critiques :

- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.18 | Métiers et acteurs de la publicité
- R1.PUB.19 | Atelier Recommandation
- R1.PUB.20 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 1, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition du niveau des compétences ciblé en première année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation.

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel
- R1.PUB.20 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

2.3.1. Ressource R1.01 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Ce premier niveau de la ressource permet de présenter aux étudiants des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux info-communicationnels du monde contemporain.

Cette ressource doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles et de pouvoir élaborer un plan média.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

2.3.3. Ressource R1.03 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le premier niveau de cette ressource de définir les notions théoriques d'information et de communication, en s'appuyant sur des travaux fondateurs des sciences de l'information et de la communication.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.

Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Organisations – Pouvoir et décisions – RSE / RSO – Développement durable – Stratégie globale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

2.3.5. Ressource R1.05 : Recherche d'information et veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.01 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

Descriptif :

Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.

Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

Mots clés :

Recherche d'information – Veille informationnelle – Source d'information – Moteurs de recherche

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures dont 5 heures de TP

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

La ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, à l'oral comme à l'écrit.

L'objectif de la ressource est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées.

On travaille l'éducation aux médias internationaux et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Actualité – Repérage de sources fiables – Education aux médias internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports).

Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Entretien – Aisance orale

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 9 heures de TP

2.3.9. Ressource R1.09 : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à créer des documents destinées à l'impression ou au web.

Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.

Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Formats d'image – Retouche d'image – Édition – Illustration – Mise en page

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Cette ressource vise à :

- Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.).
- Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé
- Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Traitement de texte – Présentation de type diaporama – Fonctionnement de base d'un ordinateur – Compétences numériques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 8 heures de TP

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.02 | Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)

Descriptif :

Les objectifs principaux de cette ressource sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :

- Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne.
- Créer une newsletter.
- Utiliser une interface d'administration.
- Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site.
- Mettre en place une surveillance des performances du site.
- Découvrir les bases du référencement

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.PUB.13 : Comportement des consommateurs

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing. Apporter un éclairage des différentes notions via les connaissances de disciplines diverses (psychologie, sociologie, économie, neurosciences...) permettant de mieux comprendre le consommateur, ses différents facteurs d'influence (médias, groupes d'influence...) et ses comportements. Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat

Mots clés :

Consommateur – comportement – attitude – parcours d'achat – influence

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.14. Ressource R1.PUB.14 : Études de marché, Marketing d'études

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :

- rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ;
- identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration...

Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Mots clés :

Source d'information – Méthodologie – Questionnaire – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 4 heures de TP

2.3.15. Ressource R1.PUB.15 : Marketing fondamental, Stratégie de marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Marketing fondamental : Définir le marketing et identifier ses évolutions. Comprendre la notion de marché et appréhender ses principaux outils d'analyse (MOFF ou SWOT, PESTEL...).

Approfondir les concepts de segmentation, de ciblage et de positionnement. Envisager des leviers d'actions pour les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication (dont copy stratégie).

Stratégie de marque : Comprendre la notion de marque et les différents concepts associés (ADN, identité, image, positionnement...), son storytelling, son branding, identifier les niveaux et les outils d'analyse de la marque, envisager les grandes options stratégiques possibles...

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Mots clés :

Marketing fondamental : Marketing – Marché – Outil d'analyse – Segmentation – Ciblage – Positionnement – Stratégie de marque : Marque – Identité – Image – Stratégie globale – Branding

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.16. Ressource R1.PUB.16 : Art contemporain et créativité

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.04 | Concevoir une identité graphique

Descriptif :

L'objectif est de permettre de mieux appréhender et concevoir une production graphique destinée au secteur de la publicité, de la communication et des médias, en offrant une connaissance plus approfondie de la production artistique moderne et contemporaine.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux, des clés et des repères, des productions de l'art contemporain, domaine qui reste parfois impénétrable et énigmatique mais qui est pourtant une source d'inspiration pour le monde publicitaire et les enjeux de communication, par sa diversité de formes, de styles, qui bousculent des notions fondamentales (du beau et du laid, de l'original et du ludique...).

L'objectif est aussi de présenter un ensemble de méthodes, techniques et mécanismes permettant l'expression de la créativité. Il s'agit de savoir utiliser les insights consommateur, définir les principaux modèles de créativité (par exemple le Creative Problem Solving) et appréhender les méthodes et les outils les plus utilisés (brainstorming, carte heuristique / mind mapping...).

Cette approche peut aussi aborder le principe structurel de la stratégie créative, telle qu'elle est pratiquée dans le domaine professionnel de la publicité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Mots clés :

Culture – Art contemporain – Art conceptuel – Modernité – Créativité – Insight – Idées – Brainstorming – Mind mapping

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

2.3.17. Ressource R1.PUB.17 : Culture et tendances publicitaires / Culture graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.04 | Concevoir une identité graphique

Descriptif :

L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux du monde publicitaire et des attentes des publics visés, de définir les tendances, les valeurs d'aujourd'hui et de demain, celles qui s'appuient sur la culture publicitaire, celles qui se dessinent, les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

La mise en œuvre doit également pouvoir inciter les étudiants à analyser et à mettre en place une veille informationnelle, sur les pratiques du domaine publicitaire, le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles.

L'objectif est aussi de comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle en développant une culture graphique.

Les séances consisteront en une présentation des moyens théoriques, techniques et pratiques afin de permettre de donner une forme et du sens à une idée en maîtrisant le traitement graphique de l'image et les qualités expressives de la lettre.

Les codes de la communication visuelle et leurs sens seront abordés, au travers de l'histoire des caractères, des règles typographiques et éditoriales, de la perception des formes, des symboles, de la couleur, de l'espace et du temps, de la sémiologie de l'image (fixe ou animée).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Mots clés :

Culture publicitaire – Actualité – Culture graphique – Création graphique – Édition – Typographie – Symboles – Couleurs

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

2.3.18. Ressource R1.PUB.18 : Métiers et acteurs de la publicité

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur

Descriptif :

Identifier, décrire et définir les différents acteurs qui régissent l'écosystème du marché publicitaire offline et online, leurs missions principales, leurs interactions et connexions : métiers, agences, annonceurs, régies, médias, places de marché, plateformes d'affiliation, etc.

Connaître les différents métiers généralistes et spécialistes de la publicité ainsi que les compétences et savoir-faire nécessaires pour chacun, ainsi que les pratiques associées aux enjeux qui les sous-tendent.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports

Mots clés :

Marché publicitaire – Agence – Annonceur – Régie – Médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.19. Ressource R1.PUB.19 : Atelier Recommandation

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur

Descriptif :

Savoir lire un brief, le comprendre et s'en saisir.

Élaborer un diagnostic de communication antérieure.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Brief – Annonceur – Diagnostic

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

2.3.20. Ressource R1.PUB.20 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S1

Descriptif :

Maîtriser les principes de base de la gestion de projet à savoir la démarche projet, les acteurs de la gestion de projet (le maître d'ouvrage ou commanditaire, le maître d'œuvre, les sous-traitants, le comité de pilotage, etc.), l'équipe projet (répartition des rôles et management) et le cahier des charges (analyse et compréhension des besoins du client).

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Maître d'ouvrage – Maître d'œuvre – Besoins – Cahier des charges – Équipe

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAE 2.02 Décirifier l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	SAE 2.PUB.03 Réaliser une étude sur une marque	SAE 2.PUB.04 Réaliser une étude publicitaire	SAE 2.PUB.05 Raconter ou convaincre par l'image	STAGE PUB Stage PUB S2	PORTFOLIO Portfolio PUB S2	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.PUB.11 Comportement des consommateurs / Analyse des données	R2.PUB.12 Études de marché, Marketing créatives	R2.PUB.13 Conception rédaction	R2.PUB.14 Image et web	R2.PUB.15 Culture et tendances publicitaires	R2.PUB.16 Droit de la publicité	R2.PUB.17 Gestion de projet
Décrypter	AC11.01	X	X				X	X	X	X	X	X						X							
	AC11.02						X	X										X							
	AC11.03						X	X		X								X							
Partager	AC12.01	X					X	X										X							
	AC12.02		X				X	X					X	X	X			X							
	AC12.03						X	X										X							
	AC12.04	X					X	X									X	X							
Comprendre	AC13.01						X	X										X	X						
	AC13.02						X	X										X		X					
	AC13.03			X			X	X										X							
	AC13.04			X			X	X										X	X						
Concevoir 2	AC14.01					X	X	X										X			X				
	AC14.02					X	X	X										X							
	AC14.03					X	X	X										X				X			
	AC14.04					X	X	X										X							
Déployer 2	AC15.01						X	X										X							
	AC15.02					X	X	X										X					X		
	AC15.03					X	X	X										X							X
	AC15.04					X	X	X										X						X	
Volume total								18	18	20	14	20	20	20	15	15	10	16	12	12	24	12	12	16	274
Dont TP								0	0	0	0	6	6	6	6	0	5	4	5	5	24	0	0	8	75
Adaptation Locale (SAE)																									38
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)																									48
TP Adaptation locale																									16

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (affiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'usagers ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.PUB.03 : Réaliser une étude sur une marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

Objectifs et problématique professionnelle :

A la demande d'un commanditaire ou d'une étude de cas fictive, l'objectif est de **réaliser une étude sur une marque**.

Descriptif générique :

- Évaluer la notoriété et l'image de la marque.
- Récueillir des données sur la marque.
- Étudier la clientèle actuelle de la marque et produire quelques projections.

Apprentissages critiques :

- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.11 | Comportement des consommateurs / Analyse des données
- R2.PUB.12 | Études de marché, Marketing d'études

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.PUB.04 : Réaliser une étude publicitaire

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans le cadre d'une veille des tendances publicitaires et afin d'acquérir une culture publicitaire, l'objectif est d'**analyser les campagnes produites par une organisation en fonction de critères internes mais également eu égard à ses obligations juridiques et engagements RSE.**

Descriptif générique :

Il s'agit de s'emparer d'une ou deux publicités, choisies en fonction de critères (par exemple un secteur d'activité, une cause, etc.).

Deux phases sont à suivre :

- Phase d'analyse du contexte de l'annonceur : stratégie de communication actuelle, objectifs, cible, contexte de marché, contexte législatif inhérent à la publicité de son produit.
- Phase de description et d'analyse de la publicité voire de comparaison avec une autre publicité.

Apprentissages critiques :

- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.15 | Culture et tendances publicitaires
- R2.PUB.16 | Droit de la publicité
- R2.PUB.17 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. SAÉ 2.PUB.05 : Raconter ou convaincre par l'image

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **communiquer par le visuel ou l'audiovisuel afin de mettre en valeur un produit/un service/une cause pour le compte d'une organisation ou d'une marque** avec pour objectif la qualité de la production et sa corrélation avec les objectifs du client.

Descriptif générique :

Le commanditaire peut être réel ou fictif.

Trois étapes-clés.

- Lecture et compréhension de la demande client.
- Préparation et réalisation du contenu visuel ou audiovisuel.
- Retouche et mise en forme du contenu par des outils de PAO.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.13 | Conception rédaction
- R2.PUB.14 | Image et web
- R2.PUB.15 | Culture et tendances publicitaires

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.6. STAGE.PUB : Stage PUB S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.7. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblées, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S2
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.PUB.11 : Comportement des consommateurs / Analyse des données

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.03 | Réaliser une étude sur une marque

Descriptif :

Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing.

Apporter un éclairage des différentes notions via les connaissances de disciplines diverses (psychologie, sociologie, économie, neurosciences...) permettant de mieux comprendre le consommateur, ses différents facteurs d'influence (médias, groupes d'influence...) et ses comportements.

Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.

Initier à l'analyse de données quantitatives avec des indicateurs fondamentaux (pourcentage, moyenne, écart type, médiane...) collectées via des sondages, des enquêtes et/ou des observations.

Initier à l'analyse de données qualitatives (analyse de contenu) collectées via des focus groups, des entretiens individuels, etc.

Savoir interpréter, synthétiser et présenter les données collectées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Mots clés :

Consommateur – Comportement – Attitude – Parcours d'achat – Influence – Analyse – Données / Data – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

3.3.12. Ressource R2.PUB.12 : Études de marché, Marketing d'études

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.03 | Réaliser une étude sur une marque

Descriptif :

Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :

- rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ;
- identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration...

Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Mots clés :

Source d'information – Méthodologie – Questionnaire – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.PUB.13 : Conception rédaction

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

- A partir d'un insight, d'un bénéfice consommateur et d'une promesse, trouver et proposer des concepts publicitaires déclinés et formulés en message d'une campagne ad hoc.
- Savoir reconnaître et écrire les différents éléments de rédaction dans la communication publicitaire, connaître les principales techniques de création publicitaire, connaître les différents formats.
- Savoir rédiger des formats « print », traditionnels (accroches, body copy, signature de marque).
- Connaître le vocabulaire du métier et les différents éléments rédactionnels dans la publicité.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité

Mots clés :

Concepts publicitaires – Message – Slogan – Accroche – Signature – Baseline

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 5 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.PUB.14 : Image et web

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

- Principes de l'animation image par image.
 - Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image ou de présentation.
 - Animation par images clés dans des logiciels dédiés
 - Importer et découper des vidéos existantes.
- Monter des mashup à l'aide logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut...) :
 - Transitions de plans, coupes.
 - Montage son-image.
 - Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus par exemple de logiciels de retouche d'image).
 - Exportation, formats de fichiers.
 - Vidéos pour les réseaux sociaux
- Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information...).
 - Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document.
 - Concevoir et réaliser des documents professionnels à travers d'un projet.
 - Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (Mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book).
 - Utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de mise en page (module de publipostage, table des matières et index automatiques...).
- Gérer un projet web : rédaction d'un cahier des charges, gestion de projet Web.
- Approfondir le langage HTML et CSS.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia

Mots clés :

Mashup vidéo – Animation image par image – Storyboard – Réseaux sociaux – PAO – Impression – Web – Dessin vectoriel – Mode point – Images – Projet web – HTML – CSS

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 24 heures de TP

3.3.15. Ressource R2.PUB.15 : Culture et tendances publicitaires

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire
- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux du monde publicitaire et des attentes des publics visés, de définir les tendances, les valeurs d'aujourd'hui et de demain, celles qui s'appuient sur la culture publicitaire, celles qui se dessinent, les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

La mise en œuvre doit également pouvoir inciter les étudiants à analyser et à mettre en place une veille informationnelle, sur les pratiques du domaine publicitaire, le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires

Mots clés :

Culture publicitaire – Tendances – Enjeux – Actualité

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.16. Ressource R2.PUB.16 : Droit de la publicité

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire

Descriptif :

Connaître le cadre juridique de la publicité : protection du consommateur et pratiques commerciales trompeuses, encadrement de la publicité (tabac, alcool, crédit à la consommation, jeux... mais aussi PNNS et messages sanitaires), régulation publicitaire (invasion publicitaire et projet de Loi Evin Climat, publicité comparative, etc.).

Appréhender les enjeux éthiques et pratiques déontologiques en matière de publicité : des critiques faites à la publicité au concept d'éthique publicitaire facilitant la mise en œuvre de pratiques déontologiques (chartes éthiques, codes de déontologie, recommandation de l'ARPP, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Déontologie – Éthique – Publicité encadrée – Protection du consommateur

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.17. Ressource R2.PUB.17 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire

Descriptif :

Maîtriser les outils de la gestion de projet, soit i) la définition des tâches, planification et enchaînement, attribution des ressources, ii) les outils d'ordonnancement : diagramme de Gantt, iii) la documentation.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Maître d'ouvrage – Maître d'œuvre – Équipe – Planification – Diagramme de Gantt

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 8 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3 PUB.01 Étudier une marque (Training)	SAE 3 PUB.02 Réaliser une stratégie de communication (Training)	SAE 3 PUB.03 Concevoir une création publicitaire (Training)	SAE 3 PUB.04 Concevoir une stratégie de communication publicitaire	PORTFOLIO Portfolios PUB S3	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3 PUB.08 Stratégie marketing / Branding	R3 PUB.09 Marketing opérationnel / Webmarketing	R3 PUB.10 Atelier de création	R3 PUB.11 Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)	R3 PUB.12 Stratégie de communication	R3 PUB.13 Stratégie des moyens / Social media	R3 PUB.14 Gestion d'un projet de communication	
Décrypter	AC21.01				X	X	X	X					X								
	AC21.02				X	X			X				X								
	AC21.03				X	X							X								
Partager	AC22.02				X	X				X	X	X	X								
	AC22.03				X	X			X	X	X	X	X								
	AC22.04				X	X	X	X					X								
	AC22.05				X	X			X				X								
Comprendre	AC23.01	X				X							X	X							
	AC23.02	X	X			X							X		X						
	AC23.03	X				X							X	X	X						
Concevoir 2	AC24.01			X		X							X				X				
	AC24.02			X		X							X				X	X			
	AC24.03			X		X							X				X	X			
	AC24.04			X		X							X				X				
Déployer2	AC25.01		X			X							X					X			
	AC25.02		X			X							X						X	X	
	AC25.03	X	X			X							X						X		
	AC25.04	X	X			X							X								
	AC25.05		X			X	X						X							X	
Volume total						20	30	20	20	20	20	10	10	10	10	10	10	8	8	8	204
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	5	10	10	10	10	3	8	4	80
Adaptation Locale (SAE)			55																		55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)										81											81
TP Adaptation locale																					45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.PUB.01 : Étudier une marque (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, l'objectif est d'**étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.**

Descriptif générique :

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.09 | Marketing opérationnel / Webmarketing

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, en s'appuyant sur la stratégie marketing élaborée pour déterminer le problème à résoudre par la communication, il s'agit de formuler une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.

Il s'agit de proposer une stratégie de moyens appropriée et un budget équilibré.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. SAÉ 3.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire (Training)

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de création impactante**.

Descriptif générique :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, s'appuyer sur la stratégie de communication et la copie stratégie qui en découle pour développer une stratégie de création impactante.

Les livrables, dans leur diversité, seront de qualité professionnelle tant du point de vue de la conception que de la production.

Les choix créatifs seront systématiquement justifiés.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.10 | Atelier de création
- R3.PUB.11 | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.4. SAÉ 3.PUB.04 : Concevoir une stratégie de communication publicitaire

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (ou non).**

Descriptif générique :

A partir de cas fictifs ou de commandes formulées par des organisations issues du territoire (niveau local, départemental, régional), il s'agit de produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (ou non).

Les recommandations et préconisations s'inscriront dans une logique de communication 360° .

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.09 | Marketing opérationnel / Webmarketing
- R3.PUB.10 | Atelier de création
- R3.PUB.11 | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)
- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaires) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaires – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.PUB.08 : Stratégie marketing / Branding

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.01 | Étudier une marque (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Stratégie marketing

Établir un diagnostic stratégique interne et externe (concepts de ressources, compétences, PESTEL, forces concurrentielles de PORTER, chaîne de valeur de PORTER...) et formuler des recommandations en termes de stratégies globales (diversification et spécialisation), de stratégies de développement (croissance interne, externe, conjointe, internationalisation...), de stratégies de domaine (différenciation, domination par les coûts et focalisation). Il s'agira d'étudier les conséquences au niveau de la segmentation, du ciblage, du positionnement et du marketing mix (stratégie pull et push marketing).

Branding

Améliorer le développement d'une marque et l'expérience consommateur : en changeant de nom, en rajeunissant une marque, en faisant évoluer l'identité visuelle, en retravaillant le packaging, en créant une édition limitée, en créant une plateforme de marque, en montant en gamme, en intégrant la RSE dans la stratégie de marque, etc.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Diagnostic – DAS – avantage concurrentiel – stratégies – marques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.PUB.09 : Marketing opérationnel / Webmarketing

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.01 | Étudier une marque (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Marketing opérationnel

Prendre en charge le développement de la stratégie de marketing direct en contribuant à la définition de la politique commerciale des régies publicitaires extérieures. Les étudiants sauront participer à l'élaboration de concepts de créations publicitaires (concours, événementiel, TV, numérique, etc.) adaptées aux différents supports. Ils pourront traduire et décliner un brief en cahier des charges d'expression des besoins à destination des équipes impliquées, à partir du concept créatif élaboré en amont, assurer le pilotage du projet : budget, exécution, négociation et achats.

Webmarketing

Les enjeux du marketing digital (définition, évolution et situation actuelle)

Les outils du marketing digital (site marchand ou vitrine, Trigger Marketing, Marketing programmatique, web design et UX, Adaptative et responsive design, Mobile Marketing, média sociaux et social selling)

Les stratégies du marketing digital (stratégies de référencement SEO et SEA, affiliation, publicité native, Marketing de contenu et Inbound Marketing, Growth Hacking, articulation POEM)

La mesure de la performance de la stratégie digitale

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Mix Marketing – Plan marketing opérationnel – Web design – UX – Marketing mobile – Web Responsive – Social selling – SMO – SEO – SEA – Inbound Marketing – Content Marketing – Marketing programmatique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.PUB.10 : Atelier de création

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

En s'appuyant sur les méthodes, techniques et mécanismes permettant l'expression de la créativité, identifier un bénéfico-consommateur fort et le traduire en orientations artistiques en s'appuyant sur un binôme créatif (CR ou DA). Il s'agira de démontrer déjà une capacité à animer des équipes de créatifs, de planneurs stratégiques, équipes au coeur du processus de production des idées, des concepts créatifs et de leurs justifications.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

Team créatif – CR & DA – copy stratégie – brainstorming – animation d'équipe

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.PUB.11 : Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Audiovisuel (niv. 2)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 2)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 2)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique

Mots clés :

audiovisuel – PAO – web

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.12. Ressource R3.PUB.12 : Stratégie de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Il s'agira d'appréhender :

la définition de l'insight, des objectifs (notoriété, image, action), de l'axe de communication,

la définition des cibles - qui et pourquoi - en termes quantitatifs (demographics) et qualitatifs (sociostyles > valeurs > motivations profondes,

la définition du message stratégique c'est-à-dire du bénéfice-consommateur (approche empathique),

l'élaboration de la copy-strategy : plan de travail créatif, ton de la communication,

la structuration du média-planning et le cas échéant événementiel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données

Mots clés :

SWOT – Objectif – notoriété – visibilité – image – cognitif – conatif – affectif – tactiques – cible – CSP – campagne – action – média – véhicule – planning – évaluation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 3 heures de TP

4.3.13. Ressource R3.PUB.13 : Stratégie des moyens / Social media

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Stratégie des moyens

Cette ressource pourra traiter de la réalisation et l'exécution de produits et supports (tous types) d'information et de communication offline et online : écrit, visuel, audiovisuel, vidéo, édition, fabrication, maquettisme et graphisme (multimédia), storyboards, animatics... Il faudra pouvoir mettre en place un media-planning visant à contacter la cible au meilleur temps T et lieu L.

Social Media

Les étudiants étudieront les stratégies, le marketing d'influence et de présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux. Il s'agira d'appréhender les réseaux sociaux numériques selon les objectifs : augmentation du trafic, promotion d'image et de produits, stimulation directe ou indirecte des ventes, etc.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)

Mots clés :

Charte graphique – identité visuelle de marque – planche de tendance – Contenus – jeux – concours – Facebook – Twitter – LinkedIn – Instagram – Google – YouTube – Pinterest. . .

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

4.3.14. Ressource R3.PUB.14 : Gestion d'un projet de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Il s'agira de présenter aux étudiants l'organisation de la production de campagnes publicitaires, la gestion du trafic (envoi et réception des éléments), le suivi de l'exécution d'un projet, du brief jusqu'à la réalisation des produits finis, le tout à l'interface entre les services commercial et conseil, création et production avec une surveillance constante et un respect des plannings.

Pour chaque projet, il faudra être capable d'évaluer le nombre d'heures de travail nécessaire à chaque intervenant de la création ou de la production. Il faudra savoir comment participer à l'établissement des plannings et des rétro-plannings de la création et de la production, selon les instructions des équipes commerciales, et en lien avec celles-ci. Il faudra savoir répartir le travail en fonction des disponibilités des collaborateurs impliqués dans la création et la production ; être en mesure de coordonner et contrôler l'ensemble des plannings en termes d'avancement et de délais.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Trafic – gestion de projet – timing – délais – attribution / répartition des tâches – planning – rétro-planning – coordination – contrôle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 4 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 4.PUB.01 Étudier une marque	SAÉ 4.PUB.02 Réaliser une stratégie de communication	SAÉ 4.PUB.03 Concevoir une création publicitaire	SAÉ 4.PUB.04 Réaliser un projet de communication publicitaire	STAGE.PUB.Stage PUB S4	PORTFOLIO Portfolio PUB S4	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.PUB.08 Planning stratégique	R4.PUB.09 Marketing (digital) / opérationnel	R4.PUB.10 Stratégie de création	R4.PUB.11 Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign	R4.PUB.12 Stratégie des moyens / Social media	R4.PUB.13 Budgétisation	
Décrypter	AC21.01				X	X	X	X						X							
	AC21.02				X	X	X			X				X							
	AC21.03				X	X	X		X	X				X							
Partager	AC22.02				X	X	X				X	X	X	X							
	AC22.03				X	X	X				X	X	X	X							
	AC22.04				X	X	X	X						X							
	AC22.05				X	X	X		X	X				X							
Comprendre	AC23.01	X				X	X							X	X						
	AC23.02	X				X	X							X		X					
	AC23.03	X				X	X							X	X	X					
Concevoir 2	AC24.01			X		X	X							X			X				
	AC24.02			X		X	X							X			X	X			
	AC24.03			X		X	X							X							
	AC24.04			X		X	X							X			X	X			
Déployer2	AC25.01		X			X	X							X						X	
	AC25.02		X			X	X							X						X	
	AC25.03		X			X	X							X						X	
	AC25.04		X			X	X							X							X
	AC25.05		X			X	X							X							
Volume total							18	18	18	20	20	20	10	6	6	6	6	4	4	156	
Dont TP							0	0	0	10	10	10	0	4	6	6	6	4	4	60	
Adaptation Locale (SAÉ)					44															44	
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)												60								60	
TP Adaptation locale																				35	

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.PUB.01 : Étudier une marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

Objectifs et problématique professionnelle :

À partir d'un brief client réel, l'objectif est d'**étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.**

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel, étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel, s'appuyer sur la stratégie marketing élaborée pour déterminer le problème à résoudre par la communication et formuler une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.

Il s'agira de proposer une stratégie de moyens appropriée et un budget équilibré.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.12 | Stratégie des moyens / Social media
- R4.PUB.13 | Budgétisation

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. SAÉ 4.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de création efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel s'appuyer sur la stratégie de communication et la copie stratégie qui en découle pour développer une stratégie de création efficiente.

Les livrables, dans leur diversité, seront de qualité professionnelle tant du point de vue de la conception que de la production.

Les choix créatifs seront systématiquement justifiés.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.4. SAÉ 4.PUB.04 : Réaliser un projet de communication publicitaire

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **formuler une recommandation et des préconisations qui seront réalisées après validation par les commanditaires.**

Descriptif générique :

A partir de cas fictifs ou de commandes formulées par des organisations issues du territoire (niveau local, départemental, régional), il s'agit de produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (après d'éventuelles modifications).

Dans une logique de communication 360° , les livrables seront réalisés, les événements organisés et les contenus rédigés en collaboration avec les commanditaires.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel
- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.5. STAGE.PUB : Stage PUB S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

5.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel
- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign
- R4.PUB.12 | Stratégie des moyens / Social media
- R4.PUB.13 | Budgétisation

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S4
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.PUB.08 : Planning stratégique

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Le planning stratégique a pour objectif d'établir une analyse complète du contexte socio-économique et culturel pour déceler, dans le marché et l'environnement d'une marque, une opportunité potentielle de développement pour son annonceur. Il s'agira pour l'étudiant de :

produire des recherches et analyses (à partir de plusieurs sources d'informations, d'une veille de comportements consommateurs) et analyser les tendances socio-économiques et culturelles conjoncturelles afin de constituer des personas (profils de consommateurs représentatifs d'un groupe cible) et analyser le marché de la marque dans le but de la positionner face à ses concurrents ;

élaborer un brief à la création en résumant le contexte et les enjeux du projet afin de réfléchir à la problématique dans une logique disruptive conduisant à l'élaboration d'une promesse que les créatifs vont devoir traduire en discours de communication ; il s'agira aussi de suivre le processus créatif pendant son élaboration pour s'assurer que le produit créatif réponde bien à la problématique du brief et de rédiger les partis pris créatifs avec le soutien du Directeur créatif/de la Directrice créative (DC)

construire des recommandations stratégiques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Veille – analyse de l'environnement – tendances de consommation – évolutions sociales et culturelles – phénomènes de société

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 4 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.PUB.09 : Marketing (digital) / opérationnel

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.01 | Étudier une marque
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Marketing opérationnel

Prendre en charge le développement de la stratégie de marketing direct en contribuant à la définition de la politique commerciale des régies publicitaires extérieures. Les étudiants sauront participer à l'élaboration de concepts de créations publicitaires (concours, événementiel, TV, numérique, etc.) adaptées aux différents supports. Ils pourront traduire et décliner un brief en cahier des charges d'expression des besoins à destination des équipes impliquées, à partir du concept créatif élaboré en amont, assurer le pilotage du projet : budget, exécution, négociation et achats.

Webmarketing

Les enjeux du marketing digital (définition, évolution et situation actuelle)

Les outils du marketing digital (site marchand ou vitrine, Trigger Marketing, Marketing programmatique, web design et X, Adaptative et responsive design, Mobile Marketing, média sociaux et social selling)

Les stratégies du marketing digital (stratégies de référencement SEO et SEA, affiliation, publicité native, Marketing de contenu et Inbound Marketing, Growth Hacking, articulation POEM)

La mesure de la performance de la stratégie digitale

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Mix Marketing – Plan marketing opérationnel – Web design – UX – Marketing mobile – Web Responsive – Social selling – SMO – SEO – SEA – Inbound Marketing – Content Marketing – Marketing programmatique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.10. Ressource R4.PUB.10 : Stratégie de création

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Il s'agira de concevoir le message publicitaire d'une campagne et proposer des concepts déclinés en messages des marques. Il faudra pouvoir concevoir différents messages publicitaires : déclinaison des messages ou des scénarii pour chaque support ; organiser l'élaboration des différentes étapes de la conception d'une campagne présentées aux clients ; produire des préconisations des choix sonores et des visuels en adéquation avec le positionnement de la marque et des objectifs ; le tout en étroite collaboration avec le directeur artistique des équipes réalisant la campagne. Les étudiants seront capables d'assurer la présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication et de traduire l'orientation artistique du directeur de la création ou d'une équipe commerciale (mode, support) afin de répondre aux besoins du client.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

Conception-rédaction – direction artistique – direction de création – orientation artistique – concept créatif – déclinaison de concept. – brainstorming – message

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.11. Ressource R4.PUB.11 : Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

En fonction de la progression établie en semestre 3 (R3.11PUB - Image et Web - niv. 2), il s'agira d'étudier les éléments manquants.

Audiovisuel (niv. 3)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 3)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 3)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

audiovisuel – PAO – web – design – webdesign

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.12. Ressource R4.PUB.12 : Stratégie des moyens / Social media

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Stratégie des moyens

En fonction de ce qui aura été présenté au semestre 3, approfondir la réalisation et l'exécution de produits et supports (tous types) d'information et de communication offline et online : écrit, audio, visuel, audiovisuel, vidéo, édition, fabrication, maquettisme et graphisme (multimédia), storyboards, animatics... Les étudiants pourront développer un media-planning visant à contacter efficacement la cible.

Social Media

Il s'agira d'appréhender les réseaux socionumériques selon les objectifs : augmentation du trafic, promotion d'image et de produits, stimulation directe ou indirecte des ventes, etc et surtout d'interroger l'e-réputation de la marque.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)

Mots clés :

Charte graphique – identité visuelle de marque – planche de tendance – Contenus – jeux – concours – Facebook – Twitter – LinkedIn – Instagram – Google – YouTube – Pinterest. . .

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 4 heures dont 4 heures de TP

5.3.13. Ressource R4.PUB.13 : Budgétisation

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Il s'agira de pouvoir établir le budget détaillé d'une campagne de communication publicitaire/360° en intégrant l'ensemble des coûts directs et indirects en fonction des choix réalisés en amont.

Il s'agira aussi d'assurer :

la présentation de la stratégie web aux annonceurs : objectif marketing, espaces publicitaires web retenus et rapports avec la cible, budgets ventilés en fonction des supports,

le développement des relations commerciales d'une agence auprès des annonceurs, et auprès des agences de communication, la participation à la prospection, définition des moyens d'action spécifiques, et collection des données très concrètes pour séduire des prospects,

la négociation des partenariats avec d'autres supports.

Apprentissage critique ciblé :

- AC25.04 | Budgétiser une campagne

Mots clés :

Budget – relations commerciales – ventilation par support – data collecting – partenariats – négociation – plan média – support média.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 4 heures dont 4 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 5.PUB.01 Réaliser un dossier de marque	PORTFOLIO Portfolio PUB SS	R5.01 Sciences de l'information et de la communication	R5.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	R5.03 Responsabilité sociale des organisations	R5.04 Profil personnel et professionnel	R5.PUB.05 Création publicitaire (journalistique) / Communication narrative	R5.PUB.06 Image et Web (niveau 4 - A.V. PAO, Web) / Motion et Sound Design	R5.PUB.07 Publicité internationale / Campagnes spécifiques	R5.PUB.08 Stratégie de communication 360°	R5.PUB.09 Publicité RSO
Décrypter	AC31.01	X	X	X			X					
	AC31.02	X	X		X		X					
	AC31.03	X	X			X	X					
Concevoir 2	AC34.01	X	X				X	X				
	AC34.02	X	X				X	X				
	AC34.03	X	X				X		X			
	AC34.04	X	X				X	X	X			
Déployer2	AC35.01						X				X	
	AC35.02						X				X	
	AC35.03	X	X				X			X		
	AC35.04	X	X				X			X		X
Volume total			15	15	20	10	20	40	22	22	22	186
Dont TP			0	0	0	0	10	16	0	0	0	26
Adaptation Locale (SAÉ)		50										50
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)							74					74
TP Adaptation locale							45					45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.PUB.01 : Réaliser un dossier de marque

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser l'étude publicitaire exhaustive d'une marque.**

Descriptif générique :

Déroulé :

- choisir une marque,
- collecter les données,
- produire un diagnostic marketing et un diagnostic de communication antérieure,
- identifier un problème à résoudre par la communication (communication vieillissante, repositionnement, lancement, problème conjoncturel, situation de crise, etc.).

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.PUB.05 | Création publicitaire (plurimédiatique) / Communication narrative
- R5.PUB.06 | Image et Web (niveau 4 - AV, PAO, Web) / Motion et Sound Design
- R5.PUB.07 | Publicité internationale / Campagnes spécifiques
- R5.PUB.08 | Stratégie de communication 360°
- R5.PUB.09 | Publicité RSO

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.PUB.05 : Création publicitaire (plurimédiatique) / Communication narrative

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Création publicitaire plurimédiatique

Il s'agira de connaître les principes qui structurent les créations publicitaires en fonction des médias dans lesquels elles seront diffusées de manière à penser des déclinaisons d'une même idée forte efficacement et avec cohérence. Au-delà des déclinaisons, l'étudiant appréhendera de manière hétéroclite la présence médiatique d'une marque

Communication narrative

Capacité à concevoir une histoire, un récit qui précède ou accompagne une argumentation, de manière à la contextualiser, la mettre en scène, lui donner du sens et de la cohérence ; pour in fine déclencher une émotion.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Storytelling – com narrative – spin doctor – art du récit – brand content

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

6.3.6. Ressource R5.PUB.06 : Image et Web (niveau 4 - AV, PAO, Web) / Motion et Sound Design

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

En fonction de la progression établie en BUT2 (R4.11PUB - Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign), il s'agira d'étudier les éléments manquants.

Audiovisuel (niv. 4)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 4)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 4)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Motion et Sound Design

À la fois créatif et technicien à la pointe de son domaine, le designer sonore doit respecter un cahier des charges et des délais imposés par le client/l'annonceur. Les oreilles à l'affût des nouvelles tendances, doté d'une vaste culture audiovisuelle, il doit trouver LE son qui fera vendre un produit, changera l'image d'une marque ou rendra un jeu inoubliable.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Design sonore – sound design – identification sonore – signature vocale – art/esthétique/émotion – stimulus-réponse – induction – feedback – jingle – bruitage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 40 heures dont 16 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.PUB.07 : Publicité internationale / Campagnes spécifiques

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Publicité internationale

Cette ressource pourra permettre d'étudier le discours publicitaire de différents pays en lien avec les langues vivantes étudiées (anglais, espagnol, allemand, etc.) afin de se forger une solide culture publicitaire. Il s'agira aussi pour l'étudiant de questionner les pratiques publicitaires à l'international et de les croiser avec les Cultures et tendances publicitaires étudiées par ailleurs.

Campagnes spécifiques

Cette ressource sera l'occasion d'observer en quoi la publicité est constitutive de campagnes spécifiques d'un point de vue thématique (campagne publique, institutionnelle, territoriale, politique, etc.), technique (choix d'un format, d'un outil particulier et exclusif, etc.) ou encore médiatique (choix d'un support exclusif, d'un événement particulier, etc.).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Campagne publicitaire – international – publique – politique – moyen – média

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

6.3.8. Ressource R5.PUB.08 : Stratégie de communication 360°

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Il s'agira d'appréhender :

la définition de l'insight, des objectifs (notoriété, image, action), de l'axe de communication,

la définition des cibles - qui et pourquoi - en termes quantitatifs (demographics) et qualitatifs (sociostyles > valeurs > motivations profondes,

la définition du message stratégique c'est-à-dire du bénéfice-consommateur (approche empathique),

l'élaboration de la copy-strategy : plan de travail créatif, ton de la communication,

la structuration du média-planning

dans une logique 360° , multicanal c'est-à-dire mobilisant les médias et les outils de hors-médias sans limitation et avec originalité pour une mécanique communicationnelle efficiente.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)

Mots clés :

Médias – hors-médias – événementiel – marketing opérationnel – relations presse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

6.3.9. Ressource R5.PUB.09 : Publicité RSO

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Il s'agira de traiter avec les étudiants la question de la responsabilité sociale des organisations dans les campagnes publicitaires considérant que le choix des mots et des images en publicité y participent pleinement. On pourra proposer la présentation de quelques campagnes dans lesquelles les marques ont, soit mal évalué l'impact des mots et des images, soit fait de la RSO un levier.

Apprentissage critique ciblé :

- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Responsabilité sociale – respect – stéréotype – marque – image – e-réputation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 6.PUB.01 Réaliser et défendre un dossier de marque	STAGE.PUB Stage PUB S6	PORTFOLIO Portfolio PUB S6	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.PUB.04 Atelier créatif / Création plurimédia	R6.PUB.05 Culture et tendances / Design graphique	R6.PUB.06 Publicité et influenceurs / Publicité internationale	R6.PUB.07 Recommandation stratégique 360°	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X		X					
	AC31.02	X	X	X		X	X					
	AC31.03	X	X	X			X					
Concevoir 2	AC34.01	X	X	X			X	X				
	AC34.02		X	X			X	X				
	AC34.03	X	X	X			X		X			
	AC34.04		X	X			X	X	X			
Déployer2	AC35.01	X	X	X			X			X		
	AC35.02	X	X	X			X			X		
	AC35.03	X	X	X			X				X	
	AC35.04		X	X			X				X	
Volume total					15	15	10	12	20	12	12	96
Dont TP					0	0	0	0	8	0	8	16
Adaptation Locale (SAÉ)		26										26
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)									38			38
TP Adaptation locale									35			35

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.PUB.01 : Réaliser et défendre un dossier de marque

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **réaliser l'étude publicitaire exhaustive d'une marque et faire le pitch devant l'annonceur.**

Descriptif générique :

Déroulé :

- Produire les analyses quantitatives et qualitatives de la situation de la marque,
- Rédiger le dossier qui doit être une recommandation stratégique (recherche d'informations, collecte de données, problématisation et traitement) ;
- Présenter à l'oral une soutenance (avec support) du dossier de marque.

Le livrable sera documenté, de qualité professionnelle, doté de créations et d'un plan média.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.PUB.04 | Atelier créatif / Création plurimédiatique
- R6.PUB.05 | Culture et tendances / Design graphique
- R6.PUB.06 | Publicité et influenceurs / Publicité internationale
- R6.PUB.07 | Recommandation stratégique 360°

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. STAGE.PUB : Stage PUB S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.PUB.04 | Atelier créatif / Création plurimédiatique
- R6.PUB.05 | Culture et tendances / Design graphique
- R6.PUB.06 | Publicité et influenceurs / Publicité internationale
- R6.PUB.07 | Recommandation stratégique 360°

7.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S6
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.PUB.04 : Atelier créatif / Création plurimédias

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Atelier créatif

Sur la base d'un brief annonceur réel ou fictif, analyser la situation d'un commanditaire et formuler une recommandation stratégique (marketing et communication), créative et opérationnelle.

En semestre 6, cette ressource a pour finalité la mobilisation transversale et la mise en œuvre concrète de compétences à la fois théoriques (analyse, diagnostic, conception) et techniques (création de supports, maîtrise des logiciels de PAO, réalisation audiovisuelle). Cet atelier doit permettre de développer encore la capacité des étudiants à travailler en équipe, se répartir les tâches, gérer un plan de communication, et produire des livrables (écrits et oraux) de qualité professionnelle en temps limité.

Création plurimédias

Cette ressource pourra confronter l'étudiant à la question de la déclinaison (ou non) d'un message publicitaire selon les médias, les supports et les formats retenus en amont à la suite des choix stratégiques (marketing, communication, moyen et créativité).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Créativité – déclinaison – média – gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

7.3.5. Ressource R6.PUB.05 : Culture et tendances / Design graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Culture et tendances / Design graphique

Dans la continuité du travail engagé en BUT1 et BUT2, cette ressource permettra de conforter la culture publicitaire de l'étudiant et de continuer de le sensibiliser à la nécessaire veille informationnelle pour identifier les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

Il s'agira aussi, en lien direct avec la SAÉ, de délimiter avec précision le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles mais aussi les identités graphiques sous-jacentes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Marques – culture publicitaire – tendance – identité graphique – design

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 8 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.PUB.06 : Publicité et influenceurs / Publicité internationale

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Publicité et influenceurs

Le marketing d'influence est un outil majeur pour les marques et cette ressource permettra d'étudier le triptyque marque, publicité, influenceur - un influenceur étant entendu comme un "leader d'opinion" présent majoritairement sur le web et notamment sur les réseaux sociaux numériques. Il s'agira d'identifier les différents partenariats possibles entre les différents acteurs.

Publicités internationales

Dans la continuité du semestre 5, (R5.07PUB), cette ressource pourra permettre d'étudier le discours publicitaire de différents pays en lien avec les langues vivantes étudiées (ou d'autres langues) afin de renforcer encore la culture publicitaire de l'étudiant. Il s'agira aussi pour l'étudiant de questionner les pratiques publicitaires à l'international et de les croiser avec les Cultures et tendances publicitaires étudiées par ailleurs.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)

Mots clés :

Influence – numérique – stratégie digitale – partenariat

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

7.3.7. Ressource R6.PUB.07 : Recommandation stratégique 360°

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Dans la continuité des ateliers mis en place en B.U.T. 1 et 2, il s'agira toujours d'identifier un bénéfice-consommateur fort et le traduire en orientations artistiques en s'appuyant sur un binôme créatif (CR ou DA). Il s'agira de démontrer déjà une capacité à animer des équipes de créatifs, de planneurs stratégiques, équipes au coeur du processus de production des idées, des concepts créatifs et de leurs justifications, le tout dans une logique 360° , c'est à dire en admettant que les moyens pour toucher efficacement la cible sont potentiellement nombreux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Atelier – création – 360°

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 8 heures de TP