



Annexe 16

Licence professionnelle « Bachelor universitaire de technologie »

INFORMATION-COMMUNICATION

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

Programme national

Table de matières

<u>PRESENTATION GENERALE DE LA SPECIALITE INFORMATION-COMMUNICATION ET DE SES PARCOURS</u>	3
<u>REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'ACTIVITES DES CINQ PARCOURS DU BUT INFORMATION-COMMUNICATION</u>	5
<u>REFERENTIEL DE FORMATION</u>	52
Codes des apprentissages critiques de niveau 1	53
SAÉ communes aux cinq parcours – Semestre 1	56
SAÉ communes aux cinq parcours – Semestre 2	60
Ressources des compétences communes aux cinq parcours – Semestre 1	62
Ressources des compétences communes aux cinq parcours – Semestre 2	74
Référentiel de formation du parcours Communication des organisations	79
SAÉ spécifiques – Communication des organisations – Semestre 1	81
SAÉ spécifiques – Communication des organisations – Semestre 2	84
Ressources spécifiques – Communication des organisations – Semestre 1	87
Ressources spécifiques – Communication des organisations – Semestre 2	96
Référentiel de formation du parcours Information numérique dans les organisations	101
SAÉ – Information numérique dans les organisations – Semestre 1	103
SAÉ – Information numérique dans les organisations – Semestre 2	105
Ressources spécifiques – Information numérique dans les organisations – Semestre 1	108
Ressources spécifiques – Information numérique dans les organisations – Semestre 2	118
Référentiel de formation du parcours Journalisme	123
SAÉ spécifiques – Journalisme – Semestre 1	125
SAÉ spécifiques – Journalisme – Semestre 2	128
Ressources spécifiques – Journalisme – Semestre 1	132
Ressources spécifiques – Journalisme – Semestre 2	143
Référentiel de formation du parcours Métiers du livre et du patrimoine	153
SAÉ spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 1	155
SAÉ spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 2	157
Ressources spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 1	159
Ressources spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 2	167
Référentiel de formation du parcours Publicité	173
SAÉ spécifique – Publicité – Semestre 1	175
SAÉ spécifique – Publicité – Semestre 2	178
Ressources spécifiques – Publicité – Semestre 1	182
Ressources spécifiques – Publicité – Semestre 2	192
<u>REFERENTIEL D'EVALUATION</u>	199

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

Ce document présente le programme national du BUT Information-Communication et complète l'annexe 1 de l'arrêté relatif aux programmes nationaux de la licence professionnelle – bachelors universitaire de technologie.

Le BUT Information-Communication a pour objectif est de former des étudiantes et étudiants destinés à exercer une activité professionnelle technologique dans le secteur de l'information et de la communication. Même si elle n'est pas de droit, la poursuite d'études est envisageable après le BUT, notamment en master ou dans des écoles spécialisées dans l'information et la communication.

La finalité du programme national et de la pédagogie mise en œuvre est d'apporter aux étudiants une solide culture académique constituée de savoirs et de savoir-faire, soutenus par une culture professionnelle des métiers. 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 aux cultures 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 soutenu 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 BUT ;
- la valorisation des écritures audiovisuelles.

Cinq parcours professionnels sont proposés dès la première année du BUT. Ils sont décrits ci-dessous.

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 lesquels ils sont engagés. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre des politiques de communication. Pour cela, ils ou elles créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils ou elles mettent en place des actions de communication et de relations avec les publics. Les communicants sont des créateurs de valeur par la diffusion et la promotion de l'information.

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 ou elles 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 ou elles accompagnent les usagers dans leurs recherches d'information ou les forment à utiliser des outils dédiés (moteurs de recherche, catalogues...).

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 ou elles 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 ou elles 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 et télévision...).

Parcours Métiers du livre et du patrimoine

Le parcours Métiers du livre et du patrimoine a pour objectif de former des médiateurs ou médiatrices spécialisés dans la promotion et la diffusion des livres, revues ou autres documents (image, son, vidéo,

électronique) ainsi que des fonds patrimoniaux. Ils ou elles peuvent constituer et gérer un fonds en bibliothèque, prendre en charge la gestion d'une librairie, participer à la diffusion et la production éditoriale dans une maison d'édition, ou assurer la médiation d'un fonds dans les musées.

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 et de la répartition du budget.

Référentiel de compétences et d'activités des cinq parcours du BUT Information-Communication

Les pages qui suivent décrivent le référentiel de compétences et d'activités des cinq parcours du BUT Information-Communication. Les parcours sont composés de :

- deux compétences communes à tous les parcours ;
- trois compétences spécifiques pour les parcours Communication des organisations, Information numérique dans les organisations, Métiers du livre et du patrimoine, Publicité ;
- quatre compétences spécifiques pour le parcours Journalisme

La compétence commune « Décrypter » est construite sur trois niveaux tandis que celle « Partager » l'est sur deux niveaux (première et deuxième année du BUT Information-Communication). Selon les parcours, les compétences spécifiques sont construites sur deux ou trois niveaux.

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 œuvre la compétence.

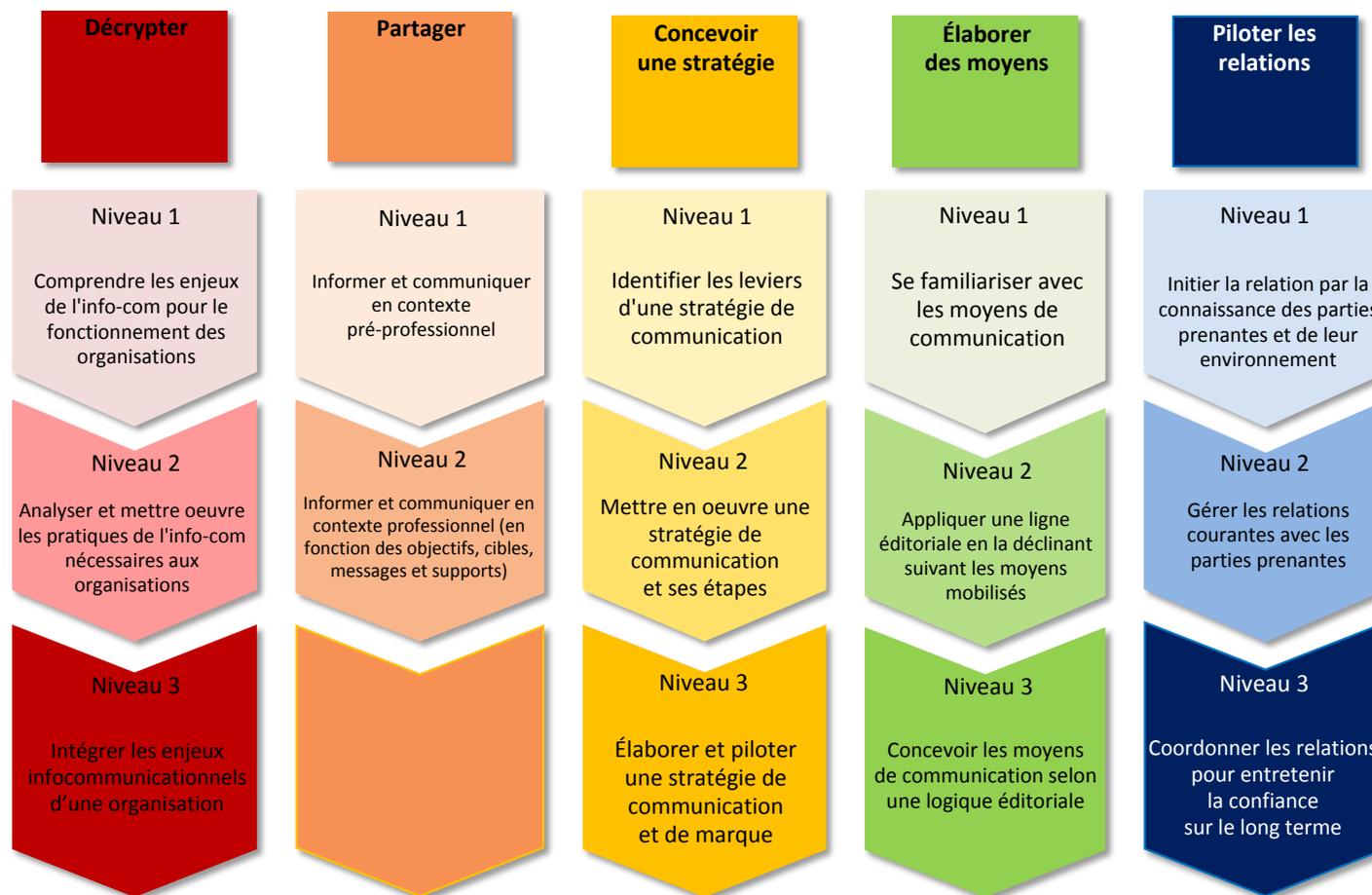
Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en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

Les situations professionnelles

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
Concevoir une stratégie	Situations professionnelles	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
Élaborer des moyens	Situations professionnelles	Dans le cadre d'une production interne Dans le cadre du pilotage de la création ou de la production par un sous-traitant
Piloter les relations	Situations professionnelles	En situation de relation sociale ou associative En situation de relation commerciale ou financière En situation de relation avec les publics ou les institutions territoriales En situation de gestion et d'animation de communauté numérique

Les niveaux de développement des compétences



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

en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

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

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

Niveau 2

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

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

Niveau 3

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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
Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Informer et communiquer au sein des organisations

en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

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

Niveau 2

Informer et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)

Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils
Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Concevoir une stratégie communication

en analysant la demande et le contexte du commanditaire
en identifiant les cibles et les ressources
en formulant une recommandation incluant une stratégie et des canaux de communication
en pilotant un projet de communication dans le respect du cadre réglementaire

Situations
professionnelles

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

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Identifier les leviers
d'une stratégie de
communication

Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias
Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
Identifier et différencier les secteurs et les marchés
Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet

Niveau 2

Mettre en oeuvre une
stratégie de
communication
et ses étapes

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

Niveau 3

Élaborer et piloter
une stratégie de
communication
et de marque

Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
Décliner un plan de communication en interne
Définir une stratégie de relations "publics" et presse
Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels

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

en suivant une ligne éditoriale ou une stratégie définie
en créant des supports de communication
en élaborant des concepts créatifs
en prenant en compte les tendances, les enjeux et les évolutions économiques, culturelles, technologiques
en se mettant en conformité avec les règles juridiques liées à la conception éditoriale et à la production de supports de communication
en respectant les contraintes budgétaires et l'environnement sociotechnique de l'organisation

Situations
professionnelles

Dans le cadre d'une production interne
Dans le cadre du pilotage de la création ou de la production par un sous-traitant

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Se familiariser avec les
moyens de
communication

Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple

Niveau 2

Appliquer une ligne
éditoriale en la déclinant
suivant les moyens
mobilisés

Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale

Niveau 3

Concevoir les moyens
de communication selon
une logique éditoriale

Réaliser un audit des moyens de communication
Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
Assurer la cohérence de la mise en oeuvre des moyens opérationnels
Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
Garantir le respect des objectifs: coûts, qualité, délais

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

en identifiant les besoins spécifiques des parties prenantes
en répondant aux besoins à l'aide de méthodologies et d'outils
en optimisant les solutions proposées au regard des contraintes techniques, budgétaires, humaines, organisationnelles, juridiques
en effectuant un suivi quantitatif et qualitatif des actions
en s'inscrivant dans la stratégie de communication
en intégrant les enjeux éthiques dans la relation

Situations professionnelles

En situation de relation sociale ou associative
En situation de relation commerciale ou financière
En situation de relation avec les publics ou les institutions territoriales
En situation de gestion et d'animation de communauté numérique

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Initier la relation par la connaissance des parties prenantes et de leur environnement

Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Niveau 2

Gérer les relations courantes avec les parties prenantes

Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
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

Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
Adapter les procédures lors d'une situation de changement
Piloter des démarches d'amélioration continue
Incarnier la relation (posture commerciale, politique, associative...)

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 œuvre la compétence.

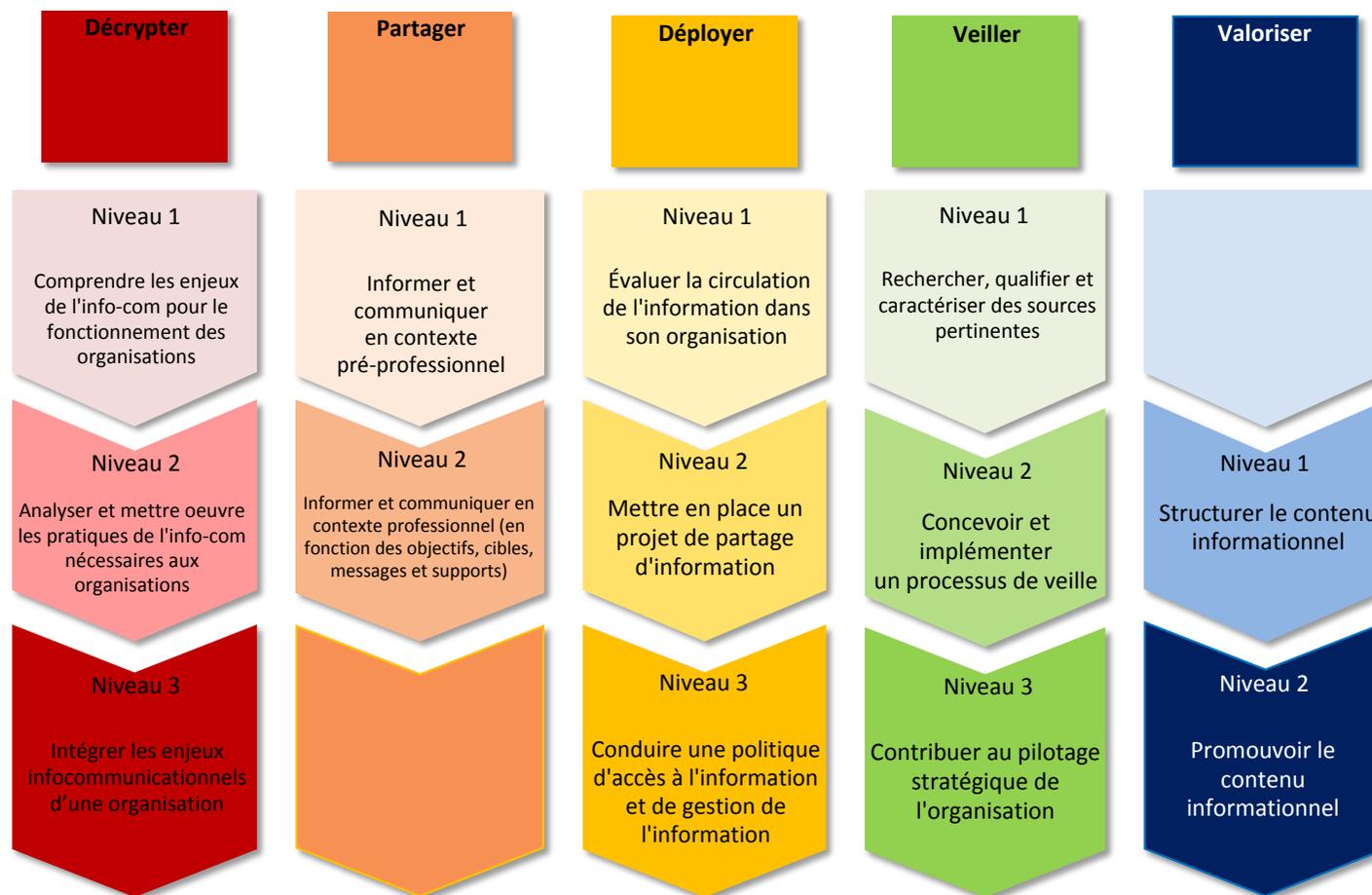
Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en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

Les situations professionnelles

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	<p>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</p>
Partager	Situations professionnelles	<p>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</p>
Déployer	Situations professionnelles	<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 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>
Veiller	Situations professionnelles	<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 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>
Valoriser	Situations professionnelles	<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 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>

Les niveaux de développement des compétences



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

en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

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

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

Niveau 2

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

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

Niveau 3

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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
Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Informer et communiquer au sein des organisations

en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

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

Niveau 2

Informer et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)

Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils
Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Déployer un environnement informationnel

en identifiant les besoins des organisations et des usagers
en définissant les politiques d'accès à l'information numérique
en concevant un projet de gestion de l'information documentaire interne et/ou externe 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Évaluer la circulation de l'information dans son organisation

Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers
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
Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

Niveau 2

Mettre en place un projet de partage d'information

Gérer des fonds documentaires : sélection, acquisition, conservation, élimination
Concevoir une base de données
Créer et exploiter des métadonnées et y donner accès
Rédiger un cahier des charges de solutions de partage de l'information

Niveau 3

Conduire une politique d'accès à l'information et de gestion de l'information

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
Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle
Évaluer la littératie numérique des usagers
Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances
Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

Concevoir une démarche de veille

en connaissant/identifiant toutes les sources et les techniques de recherche d'informations
en concevant un système de veille avec les outils adaptés
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 de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Rechercher, qualifier et
caractériser des sources
pertinentes

Rechercher et gérer de l'information spécialisée
Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
Mettre en place une collecte automatisée

Niveau 2

Concevoir et
implémenter
un processus de veille

Participer à la mise en place d'une plateforme de veille ou de curation
Diffuser les résultats de la veille
Concevoir une stratégie de recherche et de veille, dans une perspective d'intelligence économique

Niveau 3

Contribuer au pilotage
stratégique de
l'organisation

Participer à la gestion de plateformes de données ouvertes
Sélectionner des outils de traitement quantitatif et qualitatif des données
Conduire un projet de veille collaborative

Valoriser l'information numérique

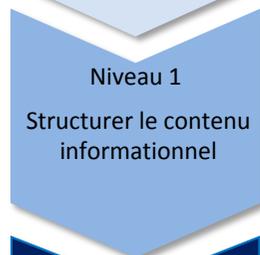
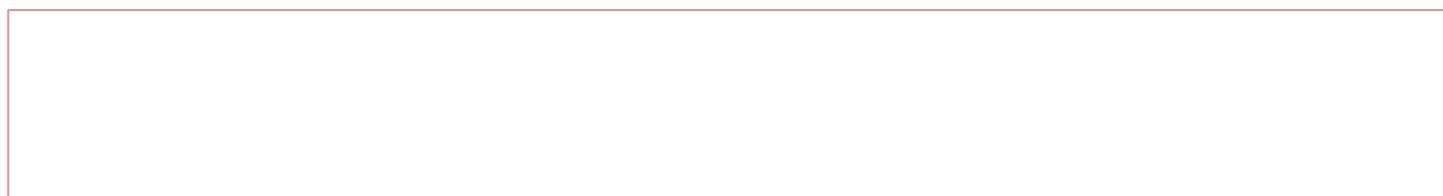
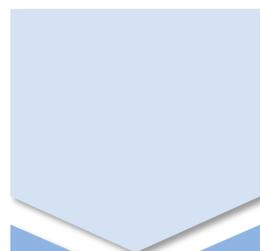
en concevant et en animant un réseau social entreprise
en rédigeant et en faisant évoluer les contenus selon les besoins et les règles de référencement
en formalisant une stratégie numérique de valorisation de l'information

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 de
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1
Structurer le contenu
informationnel

Analyser la structuration de l'information d'un site web
Mettre en place et utiliser les indicateurs de gestion et d'évaluation de contenu
Utiliser les standards et les technologies d'Internet pour développer des pages web
Appliquer les règles du référencement



Niveau 2
Promouvoir le
contenu
informationnel

Définir une stratégie éditoriale digitale en fonction des besoins du marché, de la concurrence et des priorités de l'entreprise
Valoriser l'information à travers la datavisualisation
Optimiser le référencement
Concevoir et animer des formations pour les collaborateurs et/ou les usagers

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 œuvre la compétence.

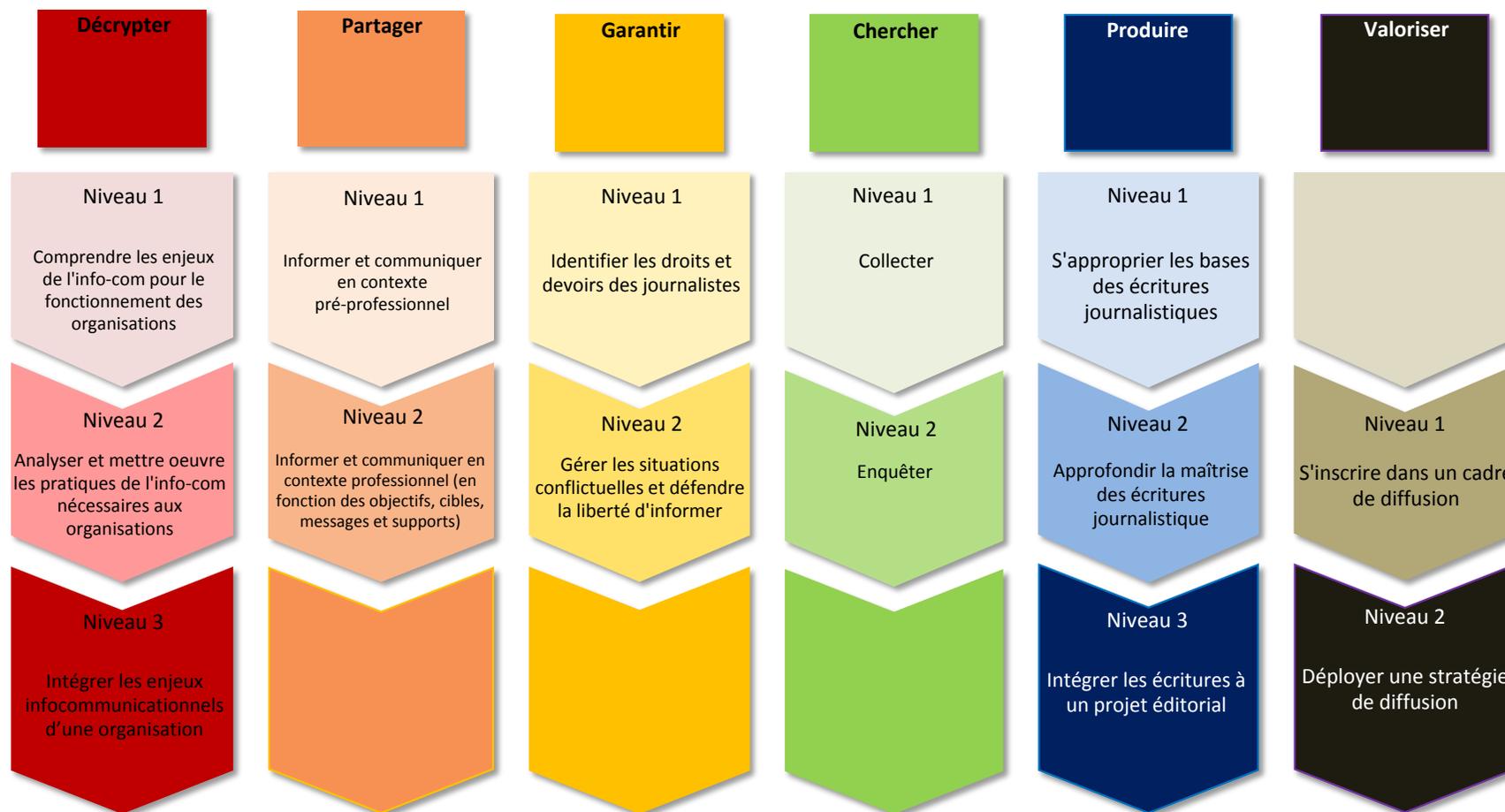
Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en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

Les situations professionnelles

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 hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> 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
Garantir	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> En conférence de rédaction En conférence de presse et en interaction avec les chargés de relations publiques Sur le terrain En desk Dans le processus de production et de diffusion de l'information
Chercher	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> Sur le terrain En desk
Produire	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> Production d'un contenu éditorial pour la presse écrite Production d'un contenu éditorial pour la radio Production d'un contenu éditorial pour la télévision Production d'un contenu éditorial pour le web
Valoriser	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> En situation de diffusion de l'information

Les niveaux de développement des compétences



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

en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

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

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

Niveau 2

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

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

Niveau 3

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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
Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Informer et communiquer au sein des organisations

en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
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 de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer
en contexte
pré-professionnel

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

Niveau 2

Informer et communiquer en
contexte professionnel (en
fonction des objectifs, cibles,
messages et supports)

Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils
Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Garantir une information indépendante qui participe au débat public

en se référant aux chartes nationales et internationales publiées par les organisations professionnelles et en prenant en compte le contexte
en identifiant les situations d'ingérence ou d'influence (économique, politique...) et les risques de censure et d'auto-censure en repérant les interlocuteurs privilégiés en cas de manquement aux règles de déontologie
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

En conférence de rédaction
En conférence de presse et en interaction avec les chargés de relations publiques
Sur le terrain
En desk
Dans le processus de production et de diffusion de l'information

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Identifier les droits et devoirs des journalistes

Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Niveau 2

Gérer les situations conflictuelles et défendre la liberté d'informer

Qualifier les manquements à la déontologie
Assimiler le droit des médias
Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Chercher les données utiles à la production de l'information

en tenant compte des contextes et des enjeux
en identifiant les sources d'information
en vérifiant la fiabilité des informations
en recoupant les sources d'information
en respectant les codes de déontologie notamment en matière de vie privée

Situations
professionnelles

Sur le terrain
En desk

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Collecter

Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
Réaliser une interview
Utiliser les bases du fact-checking
Assurer un suivi de l'actualité
Concevoir un système de veille informationnelle
Protéger les diverses sources d'information

Niveau 2

Enquêter

Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
Recouper les informations et approfondir les vérifications
Rechercher l'information en milieu hostile
Utiliser les outils de techniques d'enquête
Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données

Produire une information construite

en s'adaptant aux spécificités des différentes écritures journalistiques (print, radio, télévision, web)
en mobilisant les compétences techniques nécessaires à la production de l'information (maquettage, prises de vue, montage, infographie...)
en tenant compte des contraintes organisationnelles des différents médias
en participant à l'élaboration d'une ligne éditoriale
en tenant compte des différents publics

Situations
professionnelles

Production d'un contenu éditorial pour la presse écrite
Production d'un contenu éditorial pour la radio
Production d'un contenu éditorial pour la télévision
Production d'un contenu éditorial pour le web

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'approprier les bases
des écritures
journalistiques

Assimiler la notion d'angle en journalisme
S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)
Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Niveau 2

Approfondir la maîtrise
des écritures
journalistique

Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
Développer les compétences techniques
Mettre en forme des données par datavisualisation

Niveau 3

Intégrer les écritures à
un projet éditorial

Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
Optimiser les techniques journalistiques

Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

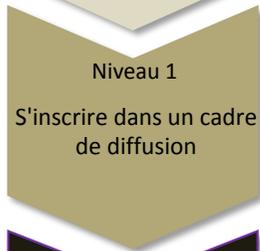
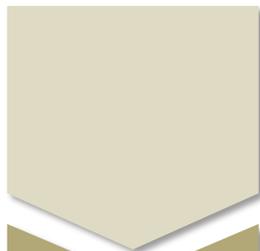
en gérant en direct ou en différé les flux d'information sortants
en protégeant les données et les sources
en gérant son identité personnelle et professionnelle en tant que journaliste (ex : utilisation des réseaux sociaux, e-réputation...)
en s'appuyant sur les techniques de référencement
en respectant le droit de l'information

Situations professionnelles

En situation de diffusion de l'information

Niveaux de développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

S'inscrire dans un cadre de diffusion

S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons »
S'approprier les outils de référencement (SEO)
Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources



Niveau 2

Déployer une stratégie de diffusion

Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
Développer l'e-réputation
Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (TweetDeck...)

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 œuvre la compétence.

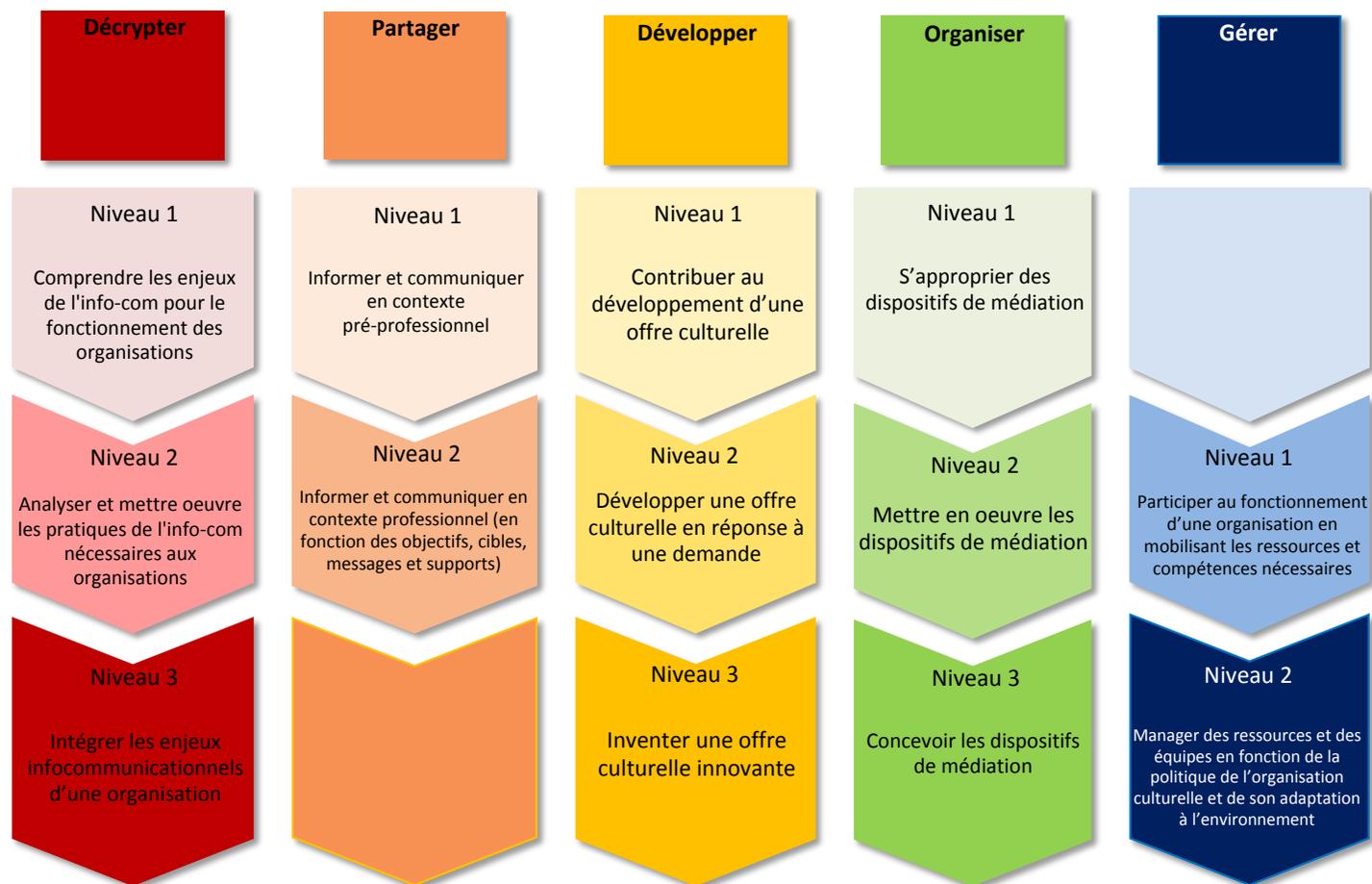
Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en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

Les situations professionnelles

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



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

en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

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

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

Niveau 2

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

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

Niveau 3

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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
Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Informer et communiquer au sein des organisations

en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
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 de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer
en contexte
pré-professionnel

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

Niveau 2

Informer et communiquer en
contexte professionnel (en
fonction des objectifs, cibles,
messages et supports)

Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils
Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Développer une offre culturelle

en construisant une culture générale et une connaissance spécifique des domaines culturels
en tenant compte de l'écosystème des organisations culturelles et des politiques culturelles
en répondant aux besoins des publics et des marchés
en intégrant les singularités des territoires et des stratégies d'établissement

Situations
professionnelles

Dans des organisations privées
Dans des organisations publiques

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Contribuer au
développement d'une
offre culturelle

Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
Manier les outils professionnels et leurs fonctionnalités essentielles (SI, bases informatiques, logiciels)
Reconnaître les enjeux de la connaissance sociologique des publics de la culture
Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Niveau 2

Développer une offre
culturelle en réponse à
une demande

Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
Acquérir les repères essentiels en art et littérature
Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires oeuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
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
Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)

Niveau 3

Inventer une offre
culturelle innovante

Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
Mettre en oeuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international

Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

en mettant l'offre de formation à disposition des publics ou des clients
en réalisant une stratégie de communication adaptée
en mettant en oeuvre des services, des animations ou une stratégie de vente

Situations
professionnelles

Dans des organisations privées
Dans des organisations publiques

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'approprier des
dispositifs de médiation

Se situer dans l'organisation de la diffusion des produits et services culturels (commercialisation des livres numériques et imprimés...)
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)
Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
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
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 oeuvre les
dispositifs de
médiation

Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
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
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

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.)
Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
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

Gérer une organisation culturelle

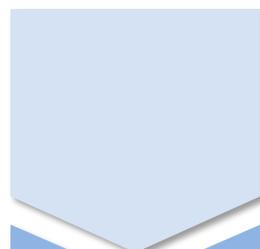
en respectant les logiques et les valeurs inhérentes aux métiers du livre et du patrimoine
en mobilisant des ressources financières et humaines
en structurant et animant un réseau professionnel
en respectant le cadre et les règles financières, administratives et légales

Situations
professionnelles

Dans des organisations privées
Dans des organisations publiques

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Participer au fonctionnement
d'une organisation en
mobilisant les ressources et
compétences nécessaires

S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
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.)
Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités (Maintenu si absent des compétences communes)



Niveau 2

Manager des ressources et des
équipes en fonction de la
politique de l'organisation
culturelle et de son adaptation
à l'environnement

Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
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
Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

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 œuvre la compétence.

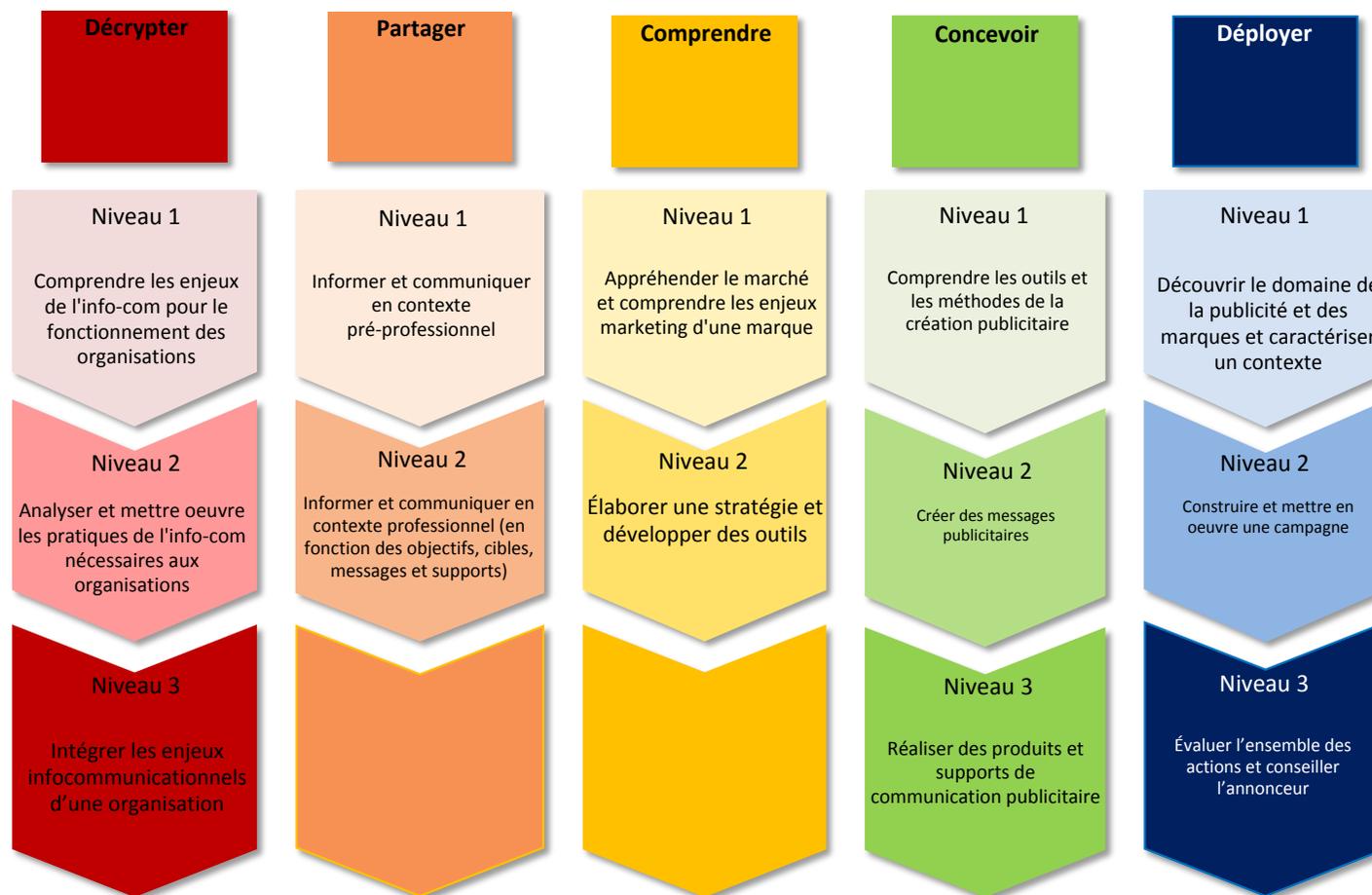
Décrypter	Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	<ul style="list-style-type: none"> en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en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

Les situations professionnelles

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
Comprendre	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
Concevoir	Situations professionnelles	En réponse à un brief créatif Dans le cadre de la communication de marque Dans une logique de déclinaison plurimédiatique (hors et en ligne)
Déployer	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

Les niveaux de développement des compétences



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

en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

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

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

Niveau 2

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

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

Niveau 3

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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
Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Informer et communiquer au sein des organisations

en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

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

Niveau 2

Informer et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)

Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils
Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

en prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque
en définissant la stratégie marketing
en mettant en oeuvre 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 de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Appréhender le marché et comprendre les enjeux marketing d'une marque

Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
Comprendre et qualifier une identité de marque
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

Concevoir une stratégie marketing
Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Concevoir des solutions créatives et innovantes

en définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité
en élaborant des concepts créatifs et innovants
en produisant des solutions créatives adaptées

Situations professionnelles

En réponse à un brief créatif
Dans le cadre de la communication de marque
Dans une logique de déclinaison plurimédias (hors et en ligne)

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Comprendre les outils et les méthodes de la création publicitaire

S'initier aux méthodes de créativité
User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Niveau 2

Créer des messages publicitaires

Utiliser les méthodes de la stratégie de création
Développer la créativité et le sens esthétique
Mettre en oeuvre les principales techniques de production numérique
Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Niveau 3

Réaliser des produits et supports de communication publicitaire

Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

en s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée
en architecturant une stratégie des moyens publicitaires
en respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales
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 de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Découvrir le domaine de la publicité et des marques et caractériser un contexte

Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Niveau 2

Construire et mettre en oeuvre une campagne

Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
Budgétiser une campagne
Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Niveau 3

Évaluer l'ensemble des actions et conseiller l'annonceur

Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Référentiel de formation

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 mais le volume horaire global de chaque semestre sera réduit de 15 % en première année, de 15 % en deuxième année, et de 15% en troisième année.

Les situations d'apprentissage et d'évaluation

Les SAÉ permettent l'évaluation en situation de la compétence. Cette évaluation est menée en correspondance avec l'ensemble des éléments structurant le référentiel et s'appuie sur la démarche portfolio, à savoir une démarche de réflexion et de démonstration portée par l'étudiante ou 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'étudiante ou de l'étudiant le choix, la mobilisation et la combinaison de ressources pertinentes et cohérentes avec les objectifs cibles. 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'étudiante ou l'étudiant ;
- permettre une individualisation des apprentissages.

Au cours des différents semestres de formation, l'étudiante ou 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 1 800 heures d'enseignement et des 600 heures de projets tutorés. 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.

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'étudiante ou 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'étudiante ou l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences qu'il ou elle 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'étudiante ou 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'étudiante ou 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'étudiante ou 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.

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 (PPP) est un élément structurant qui permet à l'étudiante ou 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'étudiante ou 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'étudiante ou 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'étudiante ou 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 ou la 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'étudiante ou 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.

Codes des apprentissages critiques de niveau 1

Apprentissages critiques des compétences communes aux cinq parcours

Compétence Décrypter

IC-CT1-AC11 : Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

IC-CT1-AC12 : Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines

IC-CT1-AC13 : Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Compétence Partager

IC-CT2-AC11 : Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

IC-CT2-AC12 : Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

IC-CT2-AC13 : Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication

IC-CT2-AC14 : Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Apprentissages critiques spécifiques au parcours « Communication des organisations »

Compétence Concevoir une stratégie

IC-CC3-AC11 : Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias

IC-CC3-AC12 : Faire l'expérience d'une construction de plan de communication

IC-CC3-AC13 : Identifier et différencier les secteurs et les marchés

IC-CC3-AC14 : Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables

IC-CC3-AC15 : Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet

Compétence Élaborer des moyens

IC-CC4-AC11 : Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)

IC-CC4-AC12 : Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles

IC-CC4-AC13 : Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples

IC-CC4-AC14 : Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple

Compétence Piloter les relations

IC-CC5-AC11 : Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données

IC-CC5-AC12 : Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet

IC-CC5-AC13 : Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

Apprentissages critiques spécifiques au parcours « Information numérique dans les organisations »

Compétence Déployer

IC-CI3-AC11 : Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation

IC-CI3-AC12 : Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers

IC-CI3-AC13 : 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

IC-CI3-AC14 : Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités

IC-CI3-AC15 : Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

Compétence Veiller

IC-CI4-AC11 : Rechercher et gérer de l'information spécialisée

IC-CI4-AC12 : Évaluer la fiabilité et la qualité des sources

IC-CI4-AC13 : Mettre en place une collecte automatisée

Apprentissages critiques spécifiques au parcours « Journalisme »

Compétence Garantir

IC-CJ3-AC11 : Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

IC-CJ3-AC12 : Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes

IC-CJ3-AC13 : Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme

IC-CJ3-AC14 : Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence

IC-CJ3-AC15 : Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Compétence Chercher

IC-CJ4-AC11 : Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels

IC-CJ4-AC12 : Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)

IC-CJ4-AC13 : Réaliser une interview

IC-CJ4-AC14 : Utiliser les bases du fact-checking

IC-CJ4-AC15 : Assurer un suivi de l'actualité

IC-CJ4-AC16 : Concevoir un système de veille informationnelle

IC-CJ4-AC17 : Protéger les diverses sources d'information

Compétence Produire

IC-CJ5-AC11 : Assimiler la notion d'angle en journalisme

IC-CJ5-AC12 : S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information

IC-CJ5-AC13 : S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)

IC-CJ5-AC14 : Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible

IC-CJ5-AC15 : Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Apprentissages critiques spécifiques au parcours « Métiers du livre et du patrimoine »

Compétence Développer

IC-CM3-AC11 : Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique

IC-CM3-AC12 : Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

IC-CM3-AC13 : Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre

IC-CM3-AC14 : Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Compétence Organiser

IC-CM4-AC11 : 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)

IC-CM4-AC12 : Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)

IC-CM4-AC13 : 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

IC-CM4-AC14 : Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Apprentissages critiques spécifiques au parcours « Publicité »

Compétence Comprendre

IC-CP3-AC11 : Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat

IC-CP3-AC12 : Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

IC-CP3-AC13 : Comprendre et qualifier une identité de marque

IC-CP3-AC14 : Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Compétence Concevoir

IC-CP4-AC11 : S'initier aux méthodes de créativité

IC-CP4-AC12 : User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)

IC-CP4-AC13 : Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia

IC-CP4-AC14 : Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Compétence Déployer

IC-CP5-AC11 : Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports

IC-CP5-AC12 : Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires

IC-CP5-AC13 : Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
IC-CP5-AC14 : Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

SAÉ communes aux cinq parcours – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Étude d'une organisation (première partie)
Code	IC-CT1-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CT1 : Décrypter
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Les étudiants, seuls ou en groupe, décrivent formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation, en s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la sociologie ou d'autres disciplines SHS.</p> <p>Ils mettent en lumière les dispositifs d'information et de communication qui leur paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.</p> <p>Ils construisent ainsi un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel, y compris le jeune stagiaire, confronté à une nouvelle organisation, soit partenaire soit futur employeur.</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CT1-AC11 : Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social et sociétal"</p> <p>IC-CT1-AC12 : Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines</p> <p>IC-CT1-AC13 : Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel</p>
Heures formation (dont TP)	4 heures
Heures « projet tutoré »	8 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>SHS</p> <p>Études des organisations</p> <p>Recherche d'information et veille</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Rapport</p> <p>Présentation orale</p>
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

Étude d'entreprise
 Étude d'institution
 Étude d'association

Nom de la SAÉ	Synthèse documentaire
Code	IC-CT1-S02
Compétence ciblée	IC-CT1 : Décrypter
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Identifier, choisir, collecter et structurer les sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition. Travail d'étude courant dans la phase d'études préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif.
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CT1-AC11 : Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social et sociétal" IC-CT1-AC12 : Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
Heures formation (dont TP)	6 heures
Heures « projet tutoré »	6 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	SHS Théorie de l'Info-Com Recherche d'information et veille
Types de livrable ou de production	Rapport Présentation orale
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

Synthèse bibliographique
Revue de presse
Fiche de lecture

Nom de la SAÉ	Présenter et défendre succinctement un projet en français et langue étrangère
Code	IC-CT2-S01
Compétence ciblée	IC-CT2 : Partager
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Apprendre à 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.
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CT1-AC12 : Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle IC-CT1-AC13 : Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication IC-CT1-AC14 : Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
Heures formation (dont TP)	6 heures (dont 4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	6 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	Anglais LV2 Expression écrite et orale Informatique
Types de livrable ou de production	Pitch oral Poster
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

Prises de parole sur le modèle des conférences TEDx
Concours oratoire
Présentation-posters
Elevator pitch

Nom de la SAÉ	Concevoir des documents de présentation
Code	IC-CT2-S02
Compétence ciblée	IC-CT2 : Partager
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	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.
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CT2-AC11 : Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication</p> <p>IC-CT2-AC12 : Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle</p> <p>IC-CT2-AC13 : Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication</p> <p>IC-CT2-AC14 : Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles</p>
Heures formation (dont TP)	6 heures (dont 4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	8 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Informatique</p> <p>Web</p> <p>PAO</p>
Types de livrable ou de production	<p>Présentation sous forme de diaporama</p> <p>Mini-site, blog</p> <p>Motion design</p>
Semestre	Semestre 1

SAÉ communes aux cinq parcours – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Étude d'une organisation (deuxième partie)
Code	IC-CT1-2-S03
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CT1 : Décrypter IC-CT2 : Partager
Description des objectifs de la SAÉ	<p>Cette SAÉ vient en poursuite de la SAÉ du semestre 1, en axant le regard sur les dimensions juridiques et socio-économiques. Par ce travail, les étudiants construisent un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel, ou à un jeune stagiaire, confronté à une nouvelle organisation, que ce soit celle qui l'emploie ou qu'elle soit partenaire.</p> <p>Les étudiants, seuls ou en groupe, doivent décrire l'environnement économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé. Il est possible d'utiliser la même organisation que pour la SAE de premier semestre. 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. Les étudiants devront détailler la manière avec laquelle ils ont cherché de l'information sur cette organisation et sur son environnement.</p> <p>Un résumé de ce travail sera réalisé en anglais et dans la LV2 choisie et la présentation orale intégrera une courte vidéo.</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CT1-AC11 : Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal</p> <p>IC-CT1-AC13 : Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel</p> <p>IC-CT2-AC12 : Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle</p> <p>IC-CT2-AC14 : Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures (dont 4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	15 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Droit – Droit du travail</p> <p>Économie générale</p> <p>Culture générale et humanités</p> <p>Langues vivantes (Anglais et LV2)</p> <p>Image et son</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Rapport</p> <p>Présentation orale</p> <p>Note de synthèse</p>
Semestre	Semestre 2

Déclinaisons possibles

Étude d'entreprise
Étude d'institution
Étude d'association

Nom de la SAÉ	Enquête sur des objets infocommunicationnels)
Code	IC-CT2-S04
Compétence(s) ciblée(s)	IC- CT2 : Partager
Description des objectifs de la SAÉ	Analyser les évolutions d'un objet ou d'une institution 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'études, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CT2-AC11 : Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication IC-CT2-AC14 : Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
Heures formation (dont TP)	8 heures
Heures « projet tutoré »	15 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Culture générale et humanités SHS Culture numérique
Types de livrables ou de productions	Rapport Présentation orale Mini site Infographie Poster
Semestre	Semestre 2

Déclinaisons possibles

Téléphone
Bibliothèque
Réclame ou affiche
Catalogue

Ressources des compétences communes aux cinq parcours – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource	SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...			
Code	IC-CT1-R01			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC11				
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-S01 IC-CT1-S02 IC-CT2-S04			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Cet enseignement permet de présenter et d'approfondir 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...</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Société, individu, socialisation, individuation, valeurs, normes, groupe social, influence sociale, mouvements sociaux			
Heures de formation	35 heures (15h en S1 et 20h en S2) 0 heures TP			

Nom de la ressource	Histoire des médias			
Code	IC-CT1-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC11				
SAÉ concernées	IC-CT1-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Ce cours 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 (C1). Ce cours 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.</p> <p>Pour le parcours communication des organisations, il permet en outre de se familiariser avec différents supports de communications dans le but d'élaborer un plan média.</p>			
Mots-clés	Culture générale des médias, Socio-économie des médias			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Théories de l'information et de la communication			
Code	IC-CT1-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X	X	COM		
IC-CT1-AC12	IC-CT2-AC14	IC-CC3-AC11		
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Ce module présente les bases théoriques et conceptuelles nécessaires à une bonne appréhension des phénomènes d'information et de communication. Il 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. Cet enseignement permet aussi une première approche des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Information, Communication, Médiation, Interaction, Médias, Publics, Industries culturelles, Approche critique.			
Heures de formation	22 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Études des organisations			
Code	IC-CT1-R04			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC13				
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	Ce module 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).			
Mots-clés	Organisations, Pouvoir et décisions, RSE / RSO, Développement durable, Stratégie globale.			
Heures de formation	14 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Recherche d'information et veille			
CODE	IC-CT1-R05			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X	X	PUB		
IC-CT1-AC13	IC-CT2-AC11	IC-CP3-AC12		
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-S01 IC-CT1-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Recherche d'information, Veille informationnelle, Source d'information, Moteurs de recherche			
Heures de formation	14 heures 5 heures TP			

Nom de la ressource	Projet personnel et professionnel			
Code	IC-CT1-R09			
Semestre	Semestres 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X	X			
IC-CT1-AC11 IC-CT1-AC12 IC-CT1-AC13	IC-CT2-AC11 IC-CT2-AC12 IC-CT2-AC13 IC-CT2-AC14			
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Le projet personnel et professionnel des semestres 1 et 2 de la première année de BUT permet à l'étudiant :</p> <ul style="list-style-type: none"> – de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation et des éléments le structurant ; – de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblées, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ; – de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ; – de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance. <p>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.</p>			
Mots-clés	Champ professionnel, Métiers, Référentiel de compétences, Stage, Identité professionnelle.			
Heures de formation	20 heures (10 heures en S1, 10 heures en S2) 10 heures TP (5 heures en S1, 5 heures en S2)			

Nom de la ressource	Anglais			
Code	IC-CT2-R01			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X			
	IC-CT2-AC12			
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S01 IC-CT1-2-S03 IC-CC4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Dans un premier temps, on procède à une vérification des bases de l'anglais, au niveau lexical, syntaxique et phonétique. Le cours se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement en anglais, à l'oral comme à l'écrit.</p> <p>Ce module aborde également les aspects culturels des pays anglophones. Des documents authentiques écrits comme audiovisuels (articles de journaux, de revues...) permettent de traiter l'actualité. On travaille l'éducation aux médias (media literacy) et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources. L'accent est mis sur l'expression orale.</p>			
Mots-clés	Anglais oral et écrit, Culture des pays anglophones, Actualité, Repérage et connaissance de sources anglophones fiables.			
Heures de formation	38 heures (18 heures en S1 et 20 heures en S2) 15 heures TP (9 heures en S1, 6 heures en S2)			

Nom de la ressource	Langue vivante 2			
Code	IC-CT2-R02			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X			
	IC-CT2-AC12			
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S01 IC-CT1-2-S03 IC-CC4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>L'objectif du module 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.</p> <p>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 (marketing, commerce, économie, entreprise).</p>			
Mots-clés	Pratique de l'oral et de l'écrit, Culture des pays concernés par la LV2, Actualité, Approche interculturelle de la communication.			
Heures de formation	38 heures (18 heures en S1 et 20 heures en S2) 15 heures TP (9 heures en S1, 6 heures en S2)			

Nom de la ressource	Expression écrite et orale			
Code	IC-CT2-R03			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X			
	IC-CT2-AC12			
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Ce cours 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).</p> <p>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).</p>			
Mots-clés	Expression, Style, Rapport, Prise de parole, Entretien, Aisance orale, Rapport.			
Heures de formation	38 heures (18 heures en S1 et 20 heures en S2) 15 heures TP (9 heures en S1, 6 heures en S2)			

Nom de la ressource	Publication assistée par ordinateur (PAO)			
Code	IC-CT2-R04			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X		COM	
	IC-CT2-AC13		IC-CC4-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S02 IC-CC4-S01 IC-CP4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Ce cours de Publication Assistée par Ordinateur vise à créer des documents destinés à l'impression ou au web. Les étudiantes et 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.</p> <p>Ils et elles 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).</p>			
Mots-clés	Formats d'image ; Retouche d'image ; Édition ; Illustration ; Mise en page			
Heures de formation	13 heures 8 heures TP			

Nom de la ressource	Informatique			
Code	IC-CT2-R05			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X		COM	
	IC-CT2-AC13		IC-CC4-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S01 IC-CT2-S02 IC-CC4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<ul style="list-style-type: none"> – 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.). – Appliquer des traitements à des données pour les analyser et les interpréter avec un tableur. – Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé et maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes. 			
Mots-clés	Traitement de texte, Tableur, Présentation de type diaporama, Fonctionnement de base d'un ordinateur, Compétences numériques			
Heures de formation	13 heures 8 heures TP			

Nom de la ressource	Web			
CODE	IC-CT2-R06			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X		COM	
	IC-CT2-AC13		IC-CC4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Les objectifs principaux de ce module sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 			
Mots-clés	Internet, Web, HTML, CSS, CMS, Blog ; Gestion de contenu, Référencement / SEO.			
Heures de formation	13 heures 10 heures TP			

Ressources des compétences communes aux cinq parcours – Semestre 2

Nom de la ressource		Économie générale		
Code		IC-CT1-R06		
Semestre		Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC11				
SAÉ concernée(s)		IC-CT1-2-S03		
Prérequis		Aucun		
Descriptif détaillé		<p>Cet enseignement 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...</p> <p>Cet enseignement permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.</p>		
Mots-clés		Croissance, Innovation, travail, Capital, Marché, Mondialisation, Inégalités, Développement durable.		
Heures de formation		18 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Droit – Droit du travail			
Code	IC-CT1-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC11 IC-CT1-AC13				
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-2-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	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 social au sein des organisations.			
Mots-clés	Lois, Contrat de travail, Conventions collectives			
Heures de formation	18 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Culture générale et humanités			
Code	IC-CT1-R08			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
X				
IC-CT1-AC11				
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-2-S03 IC-CT2-S04			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	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.			
Mots-clés	Culture, Arts, Histoire			
Heures de formation	14 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Image et son			
Code	IC-CT2-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X		COM	
	IC-CT2-AC12		IC-CC4-AC14	
SAÉ concernée(s)	IC-CT1-2-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 ». 			
Mots-clés	Image, Cadrage, Composition, Profondeur de champ, Son, Format, Montage			
Heures de formation	15 heures 6 heures TP			

Nom de la ressource	Culture numérique			
Code	IC-CT2-R08			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3	Compétence 4	Compétence 5
	X			
	IC-CT2-AC14			
SAÉ concernée(s)	IC-CT2-S04			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Ce module 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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Internet, Web social, Écosystème numérique, Communication numérique, Éthique.			
Heures de formation	15 heures 0 heures TP			

Référentiel de formation du parcours Communication des organisations

Semestre 1			SAÉ							Ressources																										
			CT1-S01	CT1-S02	CT2-S01	CT2-S02	CC3-S01	CC4-S01	CC5-S01	Portfolio	SHS	Histoire des médias	Théories Info-Com	Études des organisations	Ri, Veille	Anglais	LV2	Expression	PAO	Informatique	Web	Médias, usages et marchés	Organisations professionnelles	Communication des organisations	Méthodologie de gestion de projet	Études des publics et des marchés	Culture graphique	Outils numériques - Infographie	Écrit et oral spécifiques	Traitement des données	PPP					
UE	Apprentissages critiques																																			
UE 1.1	Décrypter	IC-CT1-AC11	X	X						X	X	X																								X
		IC-CT1-AC12	X	X								X																								X
		IC-CT1-AC13	X								X		X																							X
UE 1.2	Partager	IC-CT2-AC11				X				X				X																						X
		IC-CT2-AC12			X	X				X					X	X	X																			X
		IC-CT2-AC13			X	X				X									X	X	X															X
		IC-CT2-AC14			X	X				X			X																							X
UE 1.3	Concevoir une stratégie	IC-CC3-AC11					X			X		X									X	X														
		IC-CC3-AC12								X																X										
		IC-CC3-AC13					X			X												X				X										
		IC-CC3-AC14					X			X														X												
		IC-CC3-AC15								X															X											
UE 1.4	Élaborer des moyens	IC-CC4-AC11						X	X											X	X															
		IC-CC4-AC12						X	X																		X									
		IC-CC4-AC13						X	X									X	X									X								
		IC-CC4-AC14							X																	X										
UE 1.5	Piloter les relations	IC-CC5-AC11						X	X																									X		
		IC-CC5-AC12							X													X			X	X										
		IC-CC5-AC13							X	X															X						X					
Volume horaire hors projet		4	6	6	6	10	10	10		15	10	22	14	14	18	18	18	12	12	13	22	22	22	16	18	16	16	18	14	10						
dont TP		0	0	4	4	0	0	4		0	0	0	0	5	9	9	9	8	8	10	0	0	0	0	0	0	10	6	5							
Heures de Projet		8	6	6	8	8	7	7	10																											
Volume horaire avec projet		12	12	12	14	18	17	17	10																											
																			Total d'heures enseignement		392			Total d'heures de projet		60										
																			Dont TP		91															

Semestre 2

UE	Apprentissages critiques	SAÉ						Ressources																
		CT1-2-S03	CT2-S04	CC3-5-S02	CC4-S02	Portfolio	Stage	Economie générale	Droit – Droit du travail	SHS	Culture générale et humanités	Anglais	LV2	Expression	Image et son	Culture numérique	Plan de com	Comportement des consommateurs	Méthodologie de gestion de projet	Création graphique	Audiovisuel spécifique	Ateliers de pratiques professionnelles	PPP	
UE 2.1	Décrypter	IC-CT1-AC11	X				X	X	X	X														X
		IC-CT1-AC12					X	X																X
		IC-CT1-AC13	X				X	X		X														X
UE 2.2	Partager	IC-CT2-AC11		X			X	X																X
		IC-CT2-AC12	X				X	X				X	X	X	X									X
		IC-CT2-AC13					X	X																X
		IC-CT2-AC14	X	X			X	X								X								X
UE 2.3	Concevoir une stratégie	IC-CC3-AC11			X		X	X																
		IC-CC3-AC12			X		X	X									X							
		IC-CC3-AC13			X		X	X										X						
		IC-CC3-AC14			X		X	X									X	X						
		IC-CC3-AC15			X		X	X											X					
UE 2.4	Élaborer des moyens	IC-CC4-AC11				X	X	X																
		IC-CC4-AC12					X	X																
		IC-CC4-AC13					X	X	X											X				
		IC-CC4-AC14					X	X	X						X				X		X			
UE 2.5	Piloter les relations	IC-CC5-AC11			X		X	X																
		IC-CC5-AC12			X		X	X											X					
		IC-CC5-AC13			X		X	X											X				X	
Volume horaire hors projet		8	8	10	6				18	18	20	14	20	20	20	15	15	24	20	18	20	18	26	10
dont TP		4	0	4	6				0	0	0	0	6	6	6	6	0	8	0	0	20	18	18	5
Heures de Projet		15	15	35	20	15																		
Volume horaire avec projet		23	23	45	26	15	0																	
		Total d'heures enseignement														328			Total d'heures de projet		100			
		Dont TP														107								

SAÉ spécifiques – Communication des organisations – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Étudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations
Code	IC-CC3-S01
Compétence ciblée	IC-CC3 : Concevoir une stratégie
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Analyser les stratégies de communication de deux organisations dans une démarche de veille concurrentielle ou dans la phase d'audit.
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CC3-AC11 IC-CC3-AC13 IC-CC3-AC14
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	8 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	Médias, usages et marchés Organisations professionnelles Communication des organisations Méthodologie de gestion de projet
Types de livrable ou de production	Rapport Présentation orale
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

Faire la comparaison des stratégies de communication de deux organisations :

- Évoluant dans un même secteur
- Évoluant dans une même filière
- Aux statuts différents (publique / privée, parapublique / publique, associative / privée...)
- Évoluant dans des aires géographiques différentes
- Issues d'un même groupe

Nom de la SAÉ	Concevoir et produire un cahier de tendances
Code	IC-CC4-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CS4 : Élaborer des moyens
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Dans une démarche de veille ou pour préparer une commande (achat d'art, brief créatif), les étudiants se voient demander la production d'un cahier de tendances correspondant au domaine et à la demande exprimée par l'équipe pédagogique. Les étudiants devront :</p> <ul style="list-style-type: none"> – analyser la demande, – identifier les sources potentielles où procéder à leur collecte de visuels, – organiser leurs choix en rubriques (par ex : typographies, couleurs, motifs, matières...). <p>Le travail aboutit à un livrable qui est une véritable réalisation personnelle qui peut être montrée en entretien d'embauche.</p> <p>Cette SAÉ est un travail individuel, qui s'inscrit sur un temps long pour que les étudiants s'approprient l'exercice. On donnera par exemple les consignes en début de semestre pour un rendu à la fin du semestre, avec un suivi régulier par les enseignants.</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CC4-AC11 IC-CC4-AC12 IC-CC4-AC13
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Culture graphique PAO Informatique
Types de livrables ou de productions	Cahier papier Livret numérique Diaporama
Semestre	Semestre 1

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

Nom de la SAÉ	Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques
Code	IC-CC5-S01
Compétence ciblée	IC-CC5 : Piloter les relations
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>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.</p> <p>Les étudiants sont invités à décrire des pratiques d'usagers ou de parties prenantes, en analysant des jeux de données produits par l'établissement ou des tiers (OpenData).</p> <p>Ils auront à identifier la structuration des données, pour mettre au jour celles qui permettent de comprendre les processus qu'elles décrivent. Ils seront attentifs aux régularités comme aux anomalies, et proposeront sous forme écrite leur compréhension des phénomènes observés.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CC5-AC11 IC-CC5-AC13
Heures formation (dont TP)	10 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Étude des publics et marchés</p> <p>Organisations professionnelles</p> <p>Traitement des données</p> <p>Outils numériques de visualisation et infographie</p> <p>Écrit et oral spécialisés</p>
Types de livrable ou de production	<p>Infographie</p> <p>Poster</p> <p>Dossier</p>
Semestre	Semestre 1

Exemples d'exercices

Étude de données internes anonymisées (par exemple flux de candidatures à l'IUT)

Étude de données externes (pratiques culturelles des Français, profils utilisateurs de plateformes, etc.)

SAÉ spécifiques – Communication des organisations – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Plan de communication
Code	IC-CC3-5-S02
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CC3 : Concevoir une stratégie IC-CC5 : Piloter les relations
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Expérimenter une démarche de plan de communication, exercice phare du responsable de communication, articulante des compétences stratégiques mais également de relation client.</p> <p>L'élaboration d'un plan de communication, avec donneur d'ordre réel ou fictif, doit permettre aux étudiants d'expérimenter comment s'articulent dans une commande.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 défense des propositions faites). – Phase d'étude (caractérisée par une analyse de ses besoins et celle du positionnement de la concurrence). – 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).
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CC3-AC11 IC-CC3-AC12 IC-CC3-AC13 IC-CC3-AC14 IC-CC3-AC15 IC-CC5-AC11 IC-CC5-AC12 IC-CC5-AC13
Heures formation (dont TP)	10 (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	35h
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Plan de communication Comportement des consommateurs Méthodologie de gestion de projet Ateliers de pratique professionnelle
Types de livrables ou de productions	Dossier Présentation orale
Semestre	Semestre 2

Déclinaisons possibles

Elles dépendent essentiellement du type d'organisation concerné, entreprise, institution, association, réseaux ou groupements...

Nom de la SAÉ	Production : chronique audiovisuelle
Code	IC-CC4-S02
Compétence ciblée	CS4 : Élaborer des moyens
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Production 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.</p> <p>Les étudiants se placeront dans une démarche de content management, community management, en étudiant avec soin leur positionnement, les séquences à retenir, le ton à employer, afin d'éditorialiser l'information pour la rendre agréable au public proposé par l'équipe pédagogique.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CC4-AC11</p> <p>IC-CC4-AC13</p> <p>IC-CC4-AC14</p>
Heures formation (dont TP)	6 heures (6 heures TP)
Heures « projet tutoré »	20 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Audiovisuel spécifique</p> <p>Anglais</p> <p>LV2</p>
Types de livrable ou de production	<p>Podcast</p> <p>Chronique radio</p> <p>Vidéo courte / Reportage bref</p>
Semestre	Semestre 2

Déclinaisons possibles

Chronique d'événement interculturel
Chronique d'événement télévisé
Chronique d'événement local, sur site

Nom de la SAÉ	Stage en Communication des organisations
Code	IC-CC-Stage
Compétence(s) ciblée(s)	Toutes les compétences sont concernées par le stage, à des degrés divers selon les missions
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Le stage de première année du BUT est d'une durée de deux à quatre semaines. En voici les objectifs.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ancrer les apprentissages : 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 les contributions ponctuelles de l'étudiant. – Permettre à l'étudiant d'apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles – Contribuer à faire évoluer, en l'affinant, le projet personnel et professionnel.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	Tous les apprentissages critiques sont concernés par le stage, à des degrés divers selon les missions et les entreprises.
Heures formation (dont TP)	
Heures « projet tutoré »	
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Ressources principales liées aux compétences communes</p> <p>Étude des organisations Théorie de l'information-communication Expression écrite et orale PAO (et médias professionnels) PPP</p> <p>Ressources principales liées aux compétences spécifiques</p> <ul style="list-style-type: none"> – Organisations professionnelles – Plan de communication – Communication des organisations – Création graphique – Outils numériques d'infographie – Audiovisuel spécifique
Types de livrables ou de productions	<ul style="list-style-type: none"> – Écrits - Rapport de stage – Fiche métier en lien avec l'activité commerciale – Carnet de bord, rapport d'étonnement – Possibilité de soutenance orale
Semestre	Semestre 2

Ressources spécifiques – Communication des organisations – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource	Médias, usages et marchés			
Code	IC-CC3-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X	X	
		IC-CC3-AC11	IC-CC4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<ul style="list-style-type: none"> – 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) 			
Mots-clés	Médias, Marchés, Usages			
Heures de formation	22 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Organisations professionnelles			
Code	IC-CC3-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X		X
		IC-CC3-AC11 IC-CC3-AC13		IC-CC5-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-S01 IC-CC5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Le cours 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).</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Acteurs professionnels, Veille informationnelle, Positionnement professionnel.			
Heures de formation	22 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Communication des organisations			
Code	IC-CC3-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X		
		IC-CC3-AC14		
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'étudiant sera capable d'analyser la situation de communication, d'identifier les marqueurs-clés de chaque catégorie d'organisation, de questionner leur articulation, de proposer des outils d'information et de communication pertinents au regard du contexte et des objectifs de la communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – Identifier et distinguer les publics-cibles spécifiques à chaque catégorie. – Identifier les différents outils d'information et de communication mobilisés dans les organisations 			
Mots-clés	Fonction de communication, Communication organisationnelle, Communication interne, Communication externe, Communication institutionnelle, corporate			
Heures de formation	22 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Méthodologie de gestion de projet			
Code	IC-CC3-R04			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X	X	X
		IC-CC3-AC15	IC-CC4-AC14	IC-CC5-AC12 IC-CC5-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-S01 IC-CC3-5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'atelier de pratique professionnelle vise à mettre en pratique les outils de gestion 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 contraintes (coûts, délais, performance).</p> <p>Les étudiantes et étudiants seront invités à formaliser les étapes de leur travail collectif, en suivant par exemple les étapes suivantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Analyse des besoins (de façon élémentaire). – Rédaction d'un cahier des charges sommaire. – 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) 			
Mots-clés	Mode projet ; Cahier des charges ; Planification ; Outils d'optimisation ; Budget			
Heures de formation	34 heures (16 heures en S1 et 18 heures en S2) 0 heures TP			

Nom de la ressource	Étude des publics et des marchés			
Code	IC-CC3-R05			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X		X
		IC-CC3-AC12 IC-CC3-AC13		IC-CC5-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CC5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>Les étudiants et étudiantes 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).</p>			
Mots-clés	Études de marché, Données, Segmentation des publics			
Heures de formation	18 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Culture graphique			
Code	IC-CC4-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
			X	
			IC-CC4-AC12	
SAÉ concernée(s)	IC-CC4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Le cours « culture graphique » 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.</p> <p>Il prépare ainsi aux enseignements relevant du visuel (PAO, sémiologie, communication visuelle)</p>			
Mots-clés	Culture graphique ; Esthétique ; Design			
Heures de formation	16 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Outils numériques de visualisation et infographie			
Code	IC-CC4-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
			X	
			IC-CC4-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CC5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	La ressource vise à sensibiliser les étudiants aux fondamentaux de la représentation de données : se familiariser avec les grandes notions statistiques 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.			
Mots-clés	Données, Statistiques, Graphiques, Communication visuelle			
Heures de formation	16 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Écrit et oral spécifiques			
Code	IC-CC5-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
				X
				IC-CC5-AC13
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Le cours 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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Présentation orale et écrite, Valorisation des contenus, Langues vivantes			
Heures de formation	18 heures 10 heures TP			

Nom de la ressource	Traitement des données			
Code	IC-CC5-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
				X
				IC-CC5-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CC5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<ul style="list-style-type: none"> – 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. – Présenter les notions statistiques fondamentales (pourcentage, moyenne, écart-type, médiane...). – Interpréter, synthétiser et présenter les données collectées dans une base de données. <p>Ce cours est prolongé par "Outils numériques de visualisation et infographie"</p>			
Mots-clés	Analyse, Données, Quantitatif			
Heures de formation	14 heures 6 heures TP			

Ressources spécifiques – Communication des organisations – Semestre 2

Nom de la ressource		Plan de communication		
Code		IC-CC3-R06		
Semestre		Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X		
		IC-CC3-AC12 IC-CC3-AC14		
SAÉ concernée(s)		IC-CC3-5-S02		
Prérequis		Médias, Communication des organisations, Organisations professionnelles		
Descriptif détaillé		<p>Les étudiantes et étudiants apprennent à définir avec un donneur d'ordre [client] le cadre du problème de communication à traiter, à produire des études sur le client et le secteur et à produire une recommandation incluant une analyse de ses besoins, du positionnement de la concurrence, une orientation stratégique et des idées de moyens.</p> <p>Cela leur permet d'initier leur réflexion sur la communication d'une organisation, de leur permettre de s'essayer à la prise de parole pour convaincre et de produire un premier dossier de recommandation.</p>		
Mots-clés		Communication organisationnelle, Communication externe, Communication institutionnelle, corporate, produit, commerciale.		
Heures de formation		24 heures 8 heures TP		

Nom de la ressource	Comportement des consommateurs			
Code	IC-CC3-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
		X		
		IC-CC3-AC13 IC-CC3-AC14		
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-5-S02			
Prérequis	SHS ; Études des publics et marchés			
Descriptif détaillé	<p>La consommation peut être appréhendée dans sa dimension individuelle et collective. Cet enseignement 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.</p> <p>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...</p>			
Mots-clés	Consommation ; Modèles de consommateur ; Usages ; Modes de vie ; Parcours d'achat			
Heures de formation	20 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Création graphique			
Code	IC-CC4-R03			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
			X	
			IC-CC4-AC13	
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	PAO ; Culture graphique ; Informatique ; Web			
Descriptif détaillé	<p>Le cours de création graphique 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).</p> <p>Il s'agit dans ce cours 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.).</p>			
Mots-clés	Création graphique ; PAO ; Chaîne graphique			
Heures de formation	20 heures 20 heures TP			

Nom de la ressource	Audiovisuel spécifique			
Code	IC-CC4-R04			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
			X	
			IC-CC4-AC14	
SAÉ concernée(s)	IC-CC4-S02			
Prérequis	Image et son			
Descriptif détaillé	<p>Ce cours vise à rendre les étudiants autonomes pour la conception et la production de séquences vidéos et audio simples.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 			
Mots-clés	Cahier des charges, Prise de vue, Prise de son, Podcast, Montage			
Heures de formation	18 heures 18 heures TP			

Nom de la ressource	Ateliers de pratique professionnelle			
Code	IC-CC5-R03			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Concevoir une stratégie	Compétence 4 Élaborer des moyens	Compétence 5 Piloter les relations
				X
				IC-CC5-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CC3-5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<ul style="list-style-type: none"> – Analyse de situation dans un cahier des charges. – Identification du problème à résoudre. – Conception d'une ligne éditoriale. – Planification de la mise en œuvre 			
Mots-clés	Cahier de cadrage ; Travail d'équipe ; Plan projet			
Heures de formation	26 heures 18 heures TP			

Semestre 2

		SAÉ						Ressources																							
UE	Apprentissages critiques	CT1-S03	CT2-S04	CI3-S02	CI4-S02	Portfolio	Stage	Économie générale	Droit – Droit du travail	SHS	Culture générale et humanités	Anglais	LV2	Expression	Image et son	Culture numérique	Gestion de projet	PAO et médias professionnels	Analyse d'un système d'information	Bases de données documentaires	Étude des orgas spécialisée	Veille informationnelle	Recherche d'info spécialisée	Informatique professionnelle	Web professionnel	e-Réputation	Anglais spécialisé	PPP			
UE 2.1	Décrypter	IC-CT1-AC11	X				X	X	X	X	X																			X	
		IC-CT1-AC12					X	X																						X	
		IC-CT1-AC13	X				X	X		X																				X	
UE 2.2	Partager	IC-CT2-AC11		X			X	X																						X	
		IC-CT2-AC12	X				X	X				X	X	X	X															X	
		IC-CT2-AC13					X	X																						X	
		IC-CT2-AC14	X	X			X	X									X													X	
UE 2.3	Déployer	IC-CI3-AC11			X		X	X											X		X										
		IC-CI3-AC12			X		X	X													X										
		IC-CI3-AC13			X		X	X											X		X										
		IC-CI3-AC14			X		X	X													X										
		IC-CI3-AC15			X		X	X										X	X	X				X		X					
UE 2.4	Veiller	IC-CI4-AC11				X	X	X										X				X	X		X		X				
		IC-CI4-AC12				X	X	X														X	X			X					
		IC-CI4-AC13				X	X	X									X					X		X		X					
Volume horaire hors projet		8	8	10	10			18	18	20	14	20	20	20	15	15	14	14	14	14	10	14	12	10	15	12	10	10			
dont TP		4	0	5	0			0	0	0	0	6	6	6	6	0	8	8	0	10	0	0	0	8	8	0	6	5			
Heures de Projet		15	15	30	25	15																									
Volume horaire avec projet		23	23	40	35	15	0																								
																Total d'heures enseignement		345		Total d'heures de projet		100									
																Dont TP		86													

SAÉ – Information numérique dans les organisations – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Enquête sur les besoins des usagers d'un système d'information
Code	IC-CI3-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CI3 : Déployer
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Les étudiants réalisent une enquête sur les besoins des usagers d'un système d'information.</p> <p>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)</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CI3-AC11 : Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation</p> <p>IC-CI3-AC12 : Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers</p>
Heures formation (dont TP)	10 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	10 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Culture et économie de l'information</p> <p>Gestion de projet</p> <p>Métadonnées</p>
Types de livrables ou de productions	Rapport d'enquête
Semestre	Semestre 1

Nom de la SAÉ	Élaboration d'une bibliographie normée
Code	IC-CI4-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CI4 : Veiller
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Les étudiants devront répondre à la demande de recherche d'informations spécialisées provenant d'une organisation, dans un contexte donné, en respectant une norme bibliographique.</p> <p>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.</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CI4-AC11 : Rechercher et gérer de l'information spécialisée</p> <p>IC-CI4-AC12 : Évaluer la fiabilité et la qualité des sources</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures
Heures « projet tutoré »	12 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Recherche d'informations spécialisées</p> <p>Veille informationnelle</p> <p>Informatique professionnelle</p>
Types de livrables ou de productions	Bibliographie normée
Semestre	Semestre 1

SAÉ – Information numérique dans les organisations – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Analyse méthodique d'un système d'information
Code	IC-CI3-S02
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CI3 : Déployer
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Les étudiants devront analyser un système d'information (documentaire, web...) en mettant en œuvre une méthode clairement définie.</p> <p>Il s'agit 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.</p>
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CI3-AC11 : Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation</p> <p>IC-CI3-AC12 : Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers</p> <p>IC-CI3-AC13 : 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</p> <p>IC-CI3-AC14 : Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités</p> <p>IC-CI3-AC15 : Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information</p>
Heures formation (dont TP)	10 heures (5 heures TP)
Heures « projet tutoré »	30 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Analyse d'un système d'information</p> <p>Base de données documentaire</p> <p>Gestion de projet</p> <p>Recherche d'information spécialisée</p> <p>Étude des organisations spécialisée</p> <p>Web professionnel</p>
Types de livrables ou de productions	Étude de cas, dossier
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Préconisations de veille
Code	IC-CI4-S02
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CI4 : Veiller
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiants devront mettre en place une démarche de veille (objectifs, périmètre, sources, outils, livrables) afin de produire une note de préconisations. Pour cela, ils devront connaître et utiliser différents outils et dispositifs de veille.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CI4-AC11 : Rechercher et gérer de l'information spécialisée IC-CI4-AC12 : Évaluer la fiabilité et la qualité des sources IC-CI4-AC13 : Mettre en place d'une collecte automatisée
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	25 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Veille informationnelle E-Réputation Anglais spécialisé Gestion de projet
Types de livrables ou de productions	Note de préconisations de veille et présentation orale.
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Stage en Information numérique dans les organisations
Code	IC-CI-Stage
Compétence(s) ciblée(s)	Toutes les compétences sont concernées par le stage, à des degrés divers selon les missions
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Le stage de première année du BUT est d'une durée de deux à quatre semaines. En voici les objectifs.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ancrer les apprentissages : 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 les contributions ponctuelles de l'étudiant. – Permettre à l'étudiant d'apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles – Contribuer à faire évoluer, en l'affinant, le projet personnel et professionnel.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	Tous les apprentissages critiques de niveau 1 (plan national) sont concernés par le stage, à des degrés divers selon les missions et les entreprises
Heures formation (dont TP)	
Heures « projet tutoré »	
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Ressources principales liées aux compétences communes</p> <p>Étude des organisations</p> <p>Théorie de l'information-communication</p> <p>Expression écrite et orale</p> <p>PAO (et médias professionnels)</p> <p>PPP</p> <p>Ressources principales liées aux compétences spécifiques</p> <p>Culture et économie de l'information</p> <p>Métadonnées</p> <p>Analyse de contenus et écrits professionnels</p> <p>Analyse d'un système d'information</p> <p>Base de données documentaires</p> <p>Recherche d'informations spécialisées et veille</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Écrits - Rapport de stage</p> <p>Fiche métier en lien avec l'activité pratiquée</p> <p>Carnet de bord</p> <p>Possibilité de soutenance orale</p>
Semestre	Semestre 2

Ressources spécifiques – Information numérique dans les organisations – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource	Culture et économie de l'information		
Code	IC-CI3-R01		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC11 IC-CI3-AC12	IC-CI4-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif du module est d'amener les étudiantes et étudiants à appréhender les principaux enjeux de l'information dans le contexte global de la société numérique. L'enjeu est qu'ils et elles comprennent l'acquisition d'une culture informationnelle est devenue primordiale pour chaque individu. Ils et elles auront donc à contribuer en tant que futurs professionnels à sa large diffusion, notamment par la médiation, l'accompagnement ou la formation des usagers.</p> <p>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.</p> <p>Les étudiantes et 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 et elles 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.</p>		
Mots-clés	Culture de l'information, Société numérique, Économie de l'information, Stratégie d'entreprise, Produit d'information, Service d'information, Usage, Technologie		
Heures de formation	20 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Métadonnées		
Code	IC-CI3-R02		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	
		IC-CI3-AC13 IC-CI3-AC14	
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce module 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.</p> <p>Il s'agira d'appréhender les questions :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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). <p>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</p>		
Mots-clés	Métadonnées, format d'échange, document structuré, langage documentaire, standard/schéma de métadonnées, indexation		
Heures de formation	18 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Analyse de contenu et écrits professionnels		
Code	IC-CI3-R03		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC13 IC-CI3-AC15	IC-CI4-AC12
SAÉ concernée(s)			
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Le module vise à développer les capacités d'identification, de synthèse et d'analyse des informations en vue de la réalisation des produits documentaires tels que les résumés, les synthèses de documents ou encore le travail d'indexation.</p> <p>Il présentera une typologie des informations et des documents, les usages possibles de la structure d'un document, (notamment un document numérique navigable : métadonnées, sommaire, table des matières, index alphabétique, mode plan, numérotation, liens...), les techniques d'analyse de contenu (texte, image, son).</p> <p>Dans une première approche des produits documentaires, les étudiants développeront des techniques de réalisation de synthèses et de rédaction de résumés documentaires. Ils aborderont également les principes de la cartographie et du schéma heuristique.</p>		
Mots-clés	Analyse de contenu, Structuration de l'information, Traitement de l'information, Synthèse, Résumé, Cartographie		
Heures de formation	25 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Gestion de projet		
Code	IC-CI3-R04		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC15	IC-CI4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S01 IC-CI3-S02 IC-CI4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Le cours 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.</p> <p>Les étudiantes et étudiants devront être autant capables de communiquer entre eux pour faire aboutir le projet que de le défendre lors de sa présentation.</p> <p>Il s'agira :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Les étudiants seront capables de conduire un projet en mettant en œuvre une méthode et en mobilisant les outils adéquats.</p>		
Mots-clés	Analyse des besoins, Démarche de projet, Méthode SMART, Équipe projet, Diagramme de Gantt, Livrable.		
Heures de formation	28 heures (14h au S1 et 14h au S2) 14 heures TP (6h en S1 et 8h en S2)		

Nom de la ressource	PAO et médias professionnels		
Code	IC-CI3-R05		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC13 IC-CI3-AC15	IC-CI4-AC11
SAÉ concernée(s)			
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>En prolongement des cours de « PAO » et « Image et son », ce module pourra aborder plus spécifiquement les points suivants.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – 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. 		
Mots-clés	Recherche iconographique, Infographie, Traitement de l'image		
Heures de formation	24 heures (10h au S1 et 14h au S2) 16 heures TP (8h au S1 et 8h au S2)		

Nom de la ressource	Veille informationnelle		
Code	IC-CI4-R01		
Semestre	Semestre 1 + Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
			X
			IC-CI4-AC11 IC-CI4-AC12 IC-CI4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CI4-S01 IC-CI4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>En fin de module, les étudiantes et étudiants seront en mesure de réaliser une activité de veille de premier niveau avec restitution d'un livrable. Ils et elles 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 et elles 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.</p> <p>Il s'agira de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 ; – 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. 		
Mots-clés	Veille, Outil de veille, Plan de veille, Intelligence économique, Méthode push et pull, Sourcing, Recherche d'informations spécialisées.		
Heures de formation	30 heures (16h au S1 et 14h au S2) 0 heures TP		

Nom de la ressource	Recherche d'information spécialisée		
Code	IC-CI4-R02		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC15	IC-CI4-AC11 IC-CI4-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CI4-S01 IC-CI3-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Ce module se décline sur deux semestres et 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.</p> <p>Les apprentissages visés sont les suivants.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Définir le concept de besoin d'information et ses caractéristiques et 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.) et de savoir interroger et tirer parti de différentes bases de données documentaires spécialisées (actualité, brevet, photothèque, vidéothèque...). – Savoir construire une stratégie de recherche pertinente (choix des sources et des outils) et une méthodologie adaptée (choix des Mots-clés, requêtes). – Être en mesure d'identifier des acteurs de référence (experts, organismes internationaux). – Être capable d'évaluer et sélectionner l'information, et de mettre en œuvre les règles de citation des sources. 		
Mots-clés	Recherche d'information, Outil de recherche, Analyse d'un besoin d'information, Information scientifique technique et économique (ISTE)		
Heures de formation	32 heures (20h au S1 et 12h au S2) 0 heures TP		

Nom de la ressource	Culture générale professionnelle		
Code	IC-CI4-R03		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
			X
			IC-CI4-AC12
SAÉ concernée(s)			
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif du module est d'amener les étudiants à une meilleure compréhension de leur environnement professionnel afin de renforcer leur capacité à évaluer la fiabilité et la qualité de l'information et à la valoriser et diffuser de manière adaptée.</p> <p>Sur la base d'une activité d'analyse de l'actualité dans différents secteurs professionnels cibles, il s'agira de leur inculquer et de les amener à réfléchir sur des éléments de culture professionnelle issus de ces différents secteurs (scientifique, politique, technique...).</p> <p>Leur acquisition contribuera à favoriser l'intégration des étudiants dans leur futur milieu professionnel.</p>		
Mots-clés	Environnement professionnel, Analyse de l'actualité, Modalités de réception et de diffusion de l'information.		
Heures de formation	14 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Informatique professionnelle		
Code	IC-CI4-R04		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
			X
			IC-CI4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CI4-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Ce module a pour objectif d'initier les étudiants aux outils de collecte et de traitement automatisés d'informations et/ou de données pour optimiser leur démarche de veille.</p> <p>Il est l'occasion pour les étudiants de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 de l'algorithmie ; – s'initier aux techniques de représentation visuelle des données (infographie, data visualisation). 		
Mots-clés	Collecte d'information / de données, Traitement automatisé d'information / de données, Text mining, Data mining, Web scraping, Data visualisation.		
Heures de formation	20 heures (10h en S1 et 10h en S2) 14 heures TP (6h en S1 et 8h en S2)		

Nom de la ressource	Web professionnel		
Code	IC-CI4-R05		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	X
		IC-CI3-AC15	IC-CI4-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Ce module a pour objectif de permettre aux étudiants de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 		
Mots-clés	Internet, Web, HTML, CSS, CMS, Stratégies informationnelles		
Heures de formation	30 heures (15h au S1 et 15h au S2) 15 heures TP (7h en S1 et 8h en S2)		

Ressources spécifiques – Information numérique dans les organisations – Semestre 2

Nom de la ressource	Analyse d'un système d'information		
Code	IC-CI3-R06		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	
		IC-CI3-AC11 IC-CI3-AC15	
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S02		
Prérequis	Culture numérique, culture et économie de l'information.		
Descriptif détaillé	<p>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, ce qui est important pour la structuration et la conception d'un nouveau système.</p> <p>Elle permet d'élaborer un diagnostic afin de rechercher et de mettre en place des solutions rendant le système d'information plus performant.</p> <p>À travers cette ressource, les étudiants pourront :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 		
Mots-clés	Stratégie d'entreprise, Audit, Politique documentaire, Système d'information.		
Heures de formation	14 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Bases de données documentaires		
Code	IC-CI3-R07		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	
		IC-CI3-AC13 IC-CI3-AC14	
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S02		
Prérequis	Analyse de contenu, Métadonnées		
Descriptif détaillé	<p>L'étudiant sera confronté à différents types d'outils permettant de gérer et décrire le document ainsi que leurs fonctionnalités. Les étudiants sont amenés à paramétrer des bases de données documentaires et à maîtriser le catalogage informatisé.</p> <p>Le module vise la maîtrise des fonctionnalités avancées des outils (Interopérabilité, interface utilisateur et fonction portail, etc.)</p>		
Mots-clés	Base de données documentaire, SIGB, OPAC, GED, DAM, Catalogage, indexation, Notice catalographique, Thésaurus, Système d'information documentaire.		
Heures de formation	14 heures 10 heures TP		

Nom de la ressource	Étude des organisations spécialisée		
Code	IC-CI3-R08		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
		X	
		IC-CI3-AC11 IC-CI3-AC12	
SAÉ concernée(s)	IC-CI3-S02		
Prérequis	Étude des organisations, Culture et économie de l'information		
Descriptif détaillé	<p>Dans le prolongement du module "étude des organisations", ce cours vise à familiariser les étudiants avec leur futur environnement professionnel dont ils doivent pouvoir identifier les acteurs (entreprises, mais aussi organismes et associations professionnelles), les pratiques et les usages informationnels.</p> <p>L'objectif est de permettre aux étudiants de s'intégrer dans un environnement hétérogène aux spécialisations multiples.</p>		
Mots-clés	Organisations, Environnement professionnel, Acteurs professionnels		
Heures de formation	10 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	e-Réputation		
Code	IC-CI4-R06		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
			X
			IC-CI4-AC11 IC-CI4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CI4-S02		
Prérequis	Veille informationnelle, Recherche d'information spécialisée, Culture et économie de l'information		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce module est d'identifier les techniques de veille et de recherche sur l'identité numérique d'une entité afin de savoir réaliser un diagnostic d'image, de mettre en place un système de surveillance de l'image d'une marque, d'une organisation ou d'un individu.</p> <p>Les étudiants pourront ainsi contribuer à la création, à la protection, au développement et à la valorisation d'une identité numérique, notamment à travers les réseaux sociaux, en respectant et faisant respecter les principes légaux et déontologiques de l'e-réputation.</p>		
Mots-clés	Veille image, e-Réputation, Identité numérique, Archivage des données publiques		
Heures de formation	12 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Anglais spécialisé		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Déployer	Compétence 4 Veiller
			X
			IC-CI4-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CI4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Apprendre aux étudiants à intégrer les bases de données technologiques et scientifiques en langue anglaise dans leurs travaux de recherche d'information spécialisée.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Savoir interroger des bases de données scientifiques et technologiques en anglais. – Apprendre à exploiter des sources en anglais (lecture aisée, analyse et traitement de l'information). – Apprendre la technique de l'abstract et du reporting en anglais (travail de restitution). – Intégrer les sources anglophones dans les bibliographies (mémoire de stage, projet tuteuré, dossier de veille). <p>Cette approche disciplinaire ouvre sur l'acquisition d'un vocabulaire professionnel spécialisé.</p>		
Mots-clés	Pratique professionnelle écrite et orale de l'anglais.		
Heures de formation	10 heures 6 heures TP		

SAÉ spécifiques – Journalisme – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Enquête sur l'évolution de la figure du journaliste dans la société
Code	IC-CJ3-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ3 : Garantir
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiants et étudiantes réalisent en groupe une enquête sur le rôle et la place du journaliste dans la société contemporaine en s'inscrivant dans une perspective historique, politique et institutionnelle. 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.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CJ3-AC11 : Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique IC-CJ3-AC12 : Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes IC-CJ3-AC15 : Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	8 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Histoire des médias Sociologie des médias et du journalisme Connaissance des institutions Expression écrite et orale
Types de livrables ou de productions	Dossier et présentation orale
Semestre	Semestre 1

Nom de la SAÉ	Réalisation d'une revue de presse
Code	IC-CJ4-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ4 : Chercher
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiants et étudiantes sont amenés à présenter à l'oral une revue de presse à partir de sources d'informations locales, nationales ou internationales. Ils/Elles devront justifier de leur démarche et des outils utilisés dans le cadre de la préparation de leur revue de presse.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CJ4-AC12 : Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images) IC-CJ4-AC14 : Utiliser les bases du fact-checking IC-CJ4-AC15 : Assurer un suivi de l'actualité IC-CJ4-AC16 : Concevoir un système de veille informationnelle
Heures formation (dont TP)	6 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Étude des organisations RI, veille Suivi et analyse critique de l'actualité Traitement de l'actualité internationale Techniques d'interview Outils de communication numérique
Types de livrables ou de productions	Présentation orale
Semestre	Semestre 1

Nom de la SAÉ	Réalisation d'un reportage pour la presse écrite
Code	IC-CJ5-S01
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ5 : Produire
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiants et étudiantes devront livrer un article (accompagné de photographies) réalisé sur le terrain et en s'inscrivant dans un projet éditorial.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>IC-CJ5-AC11 : Assimiler la notion d'angle en journalisme</p> <p>IC-CJ5-AC12 : S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audiovisuel et le web en hiérarchisant l'information</p> <p>IC-CJ5-AC13 : S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)</p> <p>IC-CJ5-AC14 : Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible</p> <p>IC-CJ5-AC15 : Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)</p>
Heures formation (dont TP)	10 heures (dont 6 heures TP)
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
Types de livrables ou de productions	Article de presse + Photographies
Semestre	Semestre 1

SAÉ spécifiques – Journalisme – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Étude d'un cas d'influence ou d'ingérence dans les médias
Code	IC-CJ3-S02
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ3 : Garantir
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	En groupe, les étudiants et étudiantes devront documenter un cas réel d'ingérence ou d'influence dans un média, que ce soit dans une rédaction ou sur le terrain. Ils et elles seront amenés à analyser les processus à l'œuvre, à les caractériser en identifiant les acteurs. Ils et elles devront replacer les manquements ou les abus dans un contexte juridique, économique et déontologique.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	IC-CJ3-AC11 : Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique IC-CJ3-AC12 : Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes IC-CJ3-AC13 : Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme IC-CJ3-AC14 : Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	15 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Déontologie et éthique Droit de la presse et des médias Économie des médias et du journalisme Sociologie des médias et du journalisme Interlocuteurs du journalisme
Types de livrables ou de productions	Dossier écrit, présentation orale
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Réalisation d'un reportage radio
Code	IC-SJ4-5-S02
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ4 : Chercher IC-CJ5 : Produire
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiantes et étudiants devront réaliser un reportage radio, livré sous la forme d'un podcast et d'une présentation orale. Lors de cette dernière, ils/elles devront rendre compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte du public cible.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>Compétence 4</p> <p>IC-CJ4-AC11 : Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels</p> <p>IC-CJ4-AC12 : Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)</p> <p>- IC-CJ4-AC13 : Réaliser une interview</p> <p>IC-CJ4-AC14 : Utiliser les bases du fact-checking</p> <p>IC-CJ4-AC15 : Assurer un suivi de l'actualité</p> <p>IC-CJ4-AC16 : Concevoir un système de veille informationnelle</p> <p>IC-CJ4-AC17 : Protéger les diverses sources d'information</p> <p>Compétence 5</p> <p>IC-CJ5-AC11 : Assimiler la notion d'angle en journalisme</p> <p>IC-CJ5-AC12 : S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audiovisuel et le web en hiérarchisant l'information</p> <p>IC-CJ5-AC13 : S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)</p> <p>IC-CJ5-AC14 : Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible</p> <p>IC-CJ5-AC15 : Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)</p>
Heures formation (dont TP)	5 heures
Heures « projet tutoré »	20 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Déontologie et éthique Suivi et analyse critique de l'information Traitement de l'actualité internationale Interlocuteurs du journalisme Outils de communication numérique Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
Types de livrables ou de productions	Podcast ; présentation orale
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Réalisation d'un reportage audiovisuel
Code	IC-CJ4-5-S03
Compétence(s) ciblée(s)	IC-CJ4 : Chercher IC-CJ5 : Produire
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Les étudiantes et étudiants devront réaliser un reportage vidéo qui s'insérerait dans un journal télé ou dans une production web. Lors d'une présentation orale de leur reportage, ils/elles devront rendre compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte des publics cibles.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	<p>Compétence 4</p> <p>IC-CJ4-AC11 : Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels</p> <p>IC-CJ4-AC12 : Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)</p> <p>- IC-CJ4-AC13 : Réaliser une interview</p> <p>IC-CJ4-AC14 : Utiliser les bases du fact-checking</p> <p>IC-CJ4-AC15 : Assurer un suivi de l'actualité</p> <p>IC-CJ4-AC16 : Concevoir un système de veille informationnelle</p> <p>IC-CJ4-AC17 : Protéger les diverses sources d'information</p> <p>Compétence 5</p> <p>IC-CJ5-AC11 : Assimiler la notion d'angle en journalisme</p> <p>IC-CJ5-AC12 : S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audiovisuel et le web en hiérarchisant l'information</p> <p>IC-CJ5-AC13 : S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)</p> <p>IC-CJ5-AC14 : Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible</p> <p>IC-CJ5-AC15 : Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)</p>
Heures formation (dont TP)	10 heures (5 heures TP)
Heures « projet tutoré »	20 heures
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	Déontologie et éthique Suivi et analyse critique de l'information Traitement de l'actualité internationale Interlocuteurs du journalisme Outils de communication numérique Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
Types de livrables ou de productions	Vidéo ; présentation orale
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Stage en Journalisme
Code	IC-CIJ-Stage
Compétence(s) ciblée(s)	Toutes les compétences sont concernées par le stage, à des degrés divers selon les missions
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Le stage de première année du BUT est d'une durée de deux à quatre semaines. En voici les objectifs.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ancrer les apprentissages : 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 les contributions ponctuelles de l'étudiant. – Permettre à l'étudiant d'apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles – Contribuer à faire évoluer, en l'affinant, le projet personnel et professionnel.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	Tous les apprentissages critiques de niveau 1 (plan national) sont concernés par le stage, à des degrés divers selon les missions et les entreprises
Heures formation (dont TP)	
Heures « projet tutoré »	
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Ressources principales liées aux compétences communes</p> <p>Étude des organisations Théorie de l'information-communication Expression écrite et orale PAO (et médias professionnels) PPP</p> <p>Ressources principales liées aux compétences spécifiques</p> <p>Écritures et techniques journalistiques Techniques d'interviews Recherche d'informations et veille Interlocuteurs du journalisme Déontologie et éthique Connaissance des institutions Outils de communication numérique</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Écrits - Rapport de stage Fiche métier en lien avec l'activité pratiquée Carnet de bord Possibilité de soutenance orale</p>
Semestre	Semestre 2

Ressources spécifiques – Journalisme – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource	Sociologie des médias et du journalisme			
Code	IC-CJ3-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Acteurs des médias, Pratiques professionnelles, Rapport aux sources, Pratiques informationnelles, Réception			
Heures de formation	17 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Connaissance des institutions			
Code	IC-CJ3-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11 IC-CJ3-AC12		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>Ce module 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.</p> <p>À l'issue de ce module, 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 V^e 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.</p>			
Mots-clés	Institutions, État, Collectivités territoriales, Pouvoir exécutif, Parlement, Partis politiques.			
Heures de formation	18 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Histoire des médias			
Code	IC-CJ3-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>En complément de l'histoire des médias de la compétence commune « Décrypter » aux parcours du BUT Information-Communication, 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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p>			
Mots-clés	Histoire, Démocratie, Transformation du journalisme.			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Expression écrite et orale			
Code	IC-CJ3-R04			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC15		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Cette ressource vise à la compréhension et assimilation des règles du discours (usages et niveaux de langue, syntaxe, orthographe, lexique et grammaire) et des différents contrats de lecture et de productions orales et écrites. Elle aborde ainsi la notion de ligne éditoriale.</p> <p>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. Enfin, 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.</p>			
Mots-clés	Expression, Communication, Culture, Stéréotype, Verbal et non-verbal, Discours, Genre, Insertion professionnelle, Stigmatisation, Surreprésentation, Invisibilisation			
Heures de formation	10 heures 5 heures TP			

Nom de la ressource	Suivi et analyse critique de l'actualité			
Code	IC-CJ4-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC15	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>Au semestre 1, une attention plus particulière sera portée au traitement de l'information par un média et à la mise en place des compétences nécessaires à l'établissement d'une revue de presse (synthèse et analyse critique de l'information).</p>			
Mots-clés	Suivi de l'actualité, Revue de presse, Lecture critique des médias			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Traitement de l'actualité internationale			
Code	IC-CJ4-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC15	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Comment le marché de l'information internationale est-il structuré ? Quels sont ses principaux acteurs et leurs logiques de production ?</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	International, Agences de presse, Géopolitique, Correspondance			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Techniques d'interview			
Code	IC-CJ4-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC13 IC-CJ4-AC17	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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).</p> <p>Enfin l'interview est bien sûr dépendante du contexte de sa réalisation et du besoin parfois extrêmement fort d'information.</p> <p>L'acquisition des compétences nécessaires à l'interview repose notamment sur la pratique d'exercices en autoscopie et sur des mises en situation aussi proches que possible de la réalité.</p>			
Mots-clés	Techniques d'interviews, Autoscopie, Éléments de langage.			
Heures de formation	12 heures 8 heures TP			

Nom de la ressource	Outils de communication numérique			
Code	IC-CJ4-R04			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC14 IC-CJ4-AC16	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Veille ; Collaboration ; Analyse et visualisation de données ; Vérification ; Fact-checking.			
Heures de formation	12 heures 5 heures TP			

Nom de la ressource	Étude des organisations			
Code	IC-CJ4-R05			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'étude des organisations des entreprises de presse repose classiquement sur la compréhension de leur mode de gouvernance et de leur environnement.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Syndicats, Ressources humaines, Protection sociale, Institution, Organisation			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Recherche d'information et veille			
Code	IC-CJ4-R06			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC12 IC-CJ4-AC16	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Dans le cadre de leur activité, les journalistes disposent de sources d'information spécifiques ou qui font l'objet d'un traitement spécifique. Il peut s'agir de ressources internes propres aux entreprises de presse considérées ou bien de ressources externes comme les agences de presse.</p> <p>L'objectif de cette ressource est tout autant d'effectuer un premier repérage de ces sources d'information que de renforcer des compétences en lien avec la recherche d'information particulièrement importantes dans l'exercice de la profession.</p> <p>Il s'agit donc :</p> <ul style="list-style-type: none"> – avant de rechercher l'information, de bien identifier ce que l'on cherche et lister les différentes façons d'accéder à cette information ; – de connaître les multiples outils de recherche, leurs avantages et inconvénients ; – d'apprendre à multiplier les sources d'informations ; – de savoir repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels et évaluer leur qualité ; – de trier, analyser et vérifier l'information collectée ; – d'apprendre à mettre en place des outils de veille informationnelle et comment les exploiter ; – de bien identifier les ressources professionnelles, de mesurer leur apport propre et leur éventuelle complémentarité. 			
Mots-clés	Moteur de recherche ; Identification ; Internet ; Source ; Vérification ; Croisement ; Collecte ; Fil d'actualité ; Agence de presse ; RSS ; Abonnement ; Suivi ; Analyse			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)			
Code	IC-CJ5-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
				X
				IC-CJ5-AC11 IC-CJ5-AC12 IC-CJ5-AC13 IC-CJ5-AC14 IC-CJ5-AC15
SAÉ concernée(s)	IC-CJ5-S01			
Prérequis	Maîtrise de la langue française (orthographe, syntaxe...). Information à travers la lecture attentive et approfondie de la presse écrite quotidienne, régionale et nationale			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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...)</p>			
Mots-clés	Écriture ; Hiérarchie ; Sources ; Angle ; 5W ; Genres journalistiques ; Déontologie ; Technique ; Reportage ; Photo ; Caméra ; Son.			
Heures de formation	50 heures 34 heures TP			

Ressources spécifiques – Journalisme – Semestre 2

Nom de la ressource	Sociologie des médias et du journalisme			
Code	IC-CJ3-R01			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S01 IC-CJ3-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>En complément du module du premier semestre centré 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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Acteurs des médias, Pratiques professionnelles, Rapport aux sources, Pratiques informationnelles, Réception			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Expression écrite et orale			
Code	IC-CJ3-R04			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC15		
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>Elle vise également 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.</p>			
Mots-clés	Expression, Communication, Culture, Stéréotype, Verbal et non-verbal, Discours, Genre, Insertion professionnelle, Stigmatisation, Surreprésentation, Invisibilisation			
Heures de formation	10 heures 4 heures TP			

Nom de la ressource	Déontologie et éthique			
Code	IC-CJ3-R05			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X	X	
		IC-CJ3-AC11 IC-CJ3-AC13 IC-CJ3-AC14	IC-CJ4-AC17	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S02 IC-CJ4-5-S02 IC-CJ4-5-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Fondé sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux qui régissent la profession de journaliste, l'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant d'interroger ses propres pratiques professionnelles au regard des règles déontologiques.</p> <p>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).</p>			
Mots-clés	Droit, Devoirs, Chartes, Règles déontologiques, Médiation			
Heures de formation	12 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Droit de la presse et des médias			
Code	IC-CJ3-R06			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'exercice du « quatrième pouvoir » 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.</p> <p>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.</p> <p>Une attention particulière sera portée aussi bien aux principes constitutionnels fondamentaux qu'aux évolutions permanentes du droit national ou international.</p> <p>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.</p> <p>[Ce cours complète la ressource commune Droit/Droit du travail].</p>			
Mots-clés	Droit, Loi, Jurisprudence, Cour Européenne des Droits de l'Homme.			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Économie des médias et du journalisme			
Code	IC-CJ3-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X		
		IC-CJ3-AC11 IC-CJ3-AC12 IC-CJ3-AC15		
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S02			
Prérequis	Notions d'économie générale et d'entreprise			
Descriptif détaillé	<p>A partir de l'application des modèles économiques aux médias et entreprises de presse, l'objectif de ce module est de permettre la prise en compte des variables économiques (micro et macro-économiques) dans la fabrique de l'information.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Économie, Double marché (médias, publicité), Aides de l'État, Technologies numériques, Innovations.			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Suivi et analyse critique de l'actualité			
Code	IC-CJ4-R01			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC15	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-5-S02 IC-CJ4-5-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Cette ressource contribuera à une première orientation des étudiants pour leur carrière de journaliste.</p>			
Mots-clés	Suivi de l'actualité, Revue de presse, Lecture critique des médias			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Traitement de l'actualité internationale			
Code	IC-CJ4-R02			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC15	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-5-S02 IC-CJ4-5-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	International, Agences de presse, Géopolitique, Correspondance			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Outils de communication numérique			
Code	IC-CJ4-R04			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
			X	
			IC-CJ4-AC14 IC-CJ4-AC16	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-5-S02 IC-CJ4-5-S03			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Veille ; Collaboration ; Analyse et visualisation de données ; Vérification ; Fact-checking.			
Heures de formation	10 heures 4 heures TP			

Nom de la ressource	Interlocuteurs du journalisme			
Code	IC-CJ4-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
		X	X	
		IC-CJ3-AC14	IC-CJ4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CJ3-S02 IC-CJ4-5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Sources, Institutions, Organisations, Acteurs de l'information, Réseau.			
Heures de formation	10 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)			
Code	IC-CJ5-R01			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Garantir	Compétence 4 Chercher	Compétence 5 Produire
				X
				IC-CJ5-AC11 IC-CJ5-AC12 IC-CJ5-AC13 IC-CJ5-AC14 IC-CJ5-AC15
SAÉ concernée(s)	IC-CJ4-5-S02 IC-CJ4-5-S03			
Prérequis	Maîtrise de la langue française (orthographe, syntaxe...). Information à travers la lecture attentive et approfondie de la presse écrite quotidienne, régionale et nationale			
Descriptif détaillé	<p>L'objectif du module 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...).</p> <p>Il doit permettre à l'étudiant d'apprendre à construire un article, de développer son sens de la hiérarchisation de l'information. Il est d'autre part de lui permettre 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.</p>			
Mots-clés	Écriture ; Hiérarchie ; Sources ; Angle ; 5W ; Genres journalistiques ; Déontologie ; Technique ; Reportage ; Photo ; Caméra ; Son.			
Heures de formation	27 heures 14 heures TP			

Semestre 2

UE	Apprentissages critiques	SAÉ					Ressources																				
		CT1-2-S03	CT2-S04	CM3_3-S02	Portfolio	Stage	Économie générale	Droit – Droit du travail	SHS	Culture générale et humanités	Anglais	LV2	Expression	Image et son	Culture numérique	Socio-économie livres et patrimoine	Littératures et histoire culturelle	Projet scientifique et culturel	Fabrication du livre et de l'exposition	Outils et techniques professionnels dédiés	Gestion de projet	Relation client ou accueil du public	Écriture et publication web	Création et production graphique	PPP		
UE 2.1	Décrypter	IC-CT1-AC11	X			X	X	X	X	X																	X
		IC-CT1-AC12				X	X																				X
		IC-CT1-AC13	X			X	X		X																		X
UE 2.2	Partager	IC-CT2-AC11		X		X	X																			X	
		IC-CT2-AC12	X			X	X				X	X	X	X													X
		IC-CT2-AC13				X	X																				X
		IC-CT2-AC14	X	X		X	X								X												X
UE 2.3	Développer	IC-CM3-AC11			X	X	X									X											
		IC-CM3-AC12			X	X	X										X										
		IC-CM3-AC13			X	X	X											X									
		IC-CM3-AC14			X	X	X												X								
UE 2.4	Organiser	IC-CM4-AC11			X	X	X													X							
		IC-CM4-AC12				X	X														X						
		IC-CM4-AC13			X	X	X															X					
		IC-CM4-AC14			X	X	X																X	X			

Volume horaire hors projet	8	8	10			18	18	20	14	20	20	20	15	15	20	24	15	10	15	10	15	15	15	10
dont TP	4	0	4			0	0	0	0	6	6	6	6	0	0	0	0	0	15	10	0	8	15	5
Heures de Projet	15	15	55	15																				
Volume horaire avec projet	23	23	65	15	0																			

Total d'heures enseignement	335
Dont TP	85

Total d'heures de projet	100
--------------------------	-----

SAÉ spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Actualité du livre et du patrimoine
Code	IC-CM3-S01
Compétence ciblée	IC-CM3 : Développer
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Au moment de la rentrée littéraire, culturelle et artistique, 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.</p> <p>Ce type d'observation sur le temps long est indispensable dans les activités des agents littéraires, médiateurs, éditeurs et journalistes spécialisés.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CM3-AC11 : Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique</p> <p>IC-CM3-AC12 : Interroger les littératures et l'histoire culturelle</p>
Heures formation (dont TP)	12 heures
Heures « projet tutoré »	10 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Socio-économie du livre et du patrimoine</p> <p>Littératures et histoire culturelle</p> <p>Paysage culturel et éditorial</p> <p>Fabrication du livre</p> <p>Projet éditorial et culturel</p>
Types de livrable ou de production	<p>Rapport d'étude ou d'enquête</p> <p>Récit d'expérimentation</p> <p>Présentation orale</p>
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

- Analyser la rentrée littéraire
- Observer et analyser une des actions menées à l'occasion des journées du patrimoine
- Observer un salon du livre
- Analyser une manifestation littéraire ou un festival artistique
- Suivre une résidence d'auteur
- Partager l'actualité d'une maison de la poésie, d'une maison des écrivains ou d'un pôle littérature.

Nom de la SAÉ	Visites réelles ou virtuelles de lieux culturels
Code	IC-CM4-S01
Compétence ciblée	IC-CM4 : Organiser une médiation
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	Découvrir des lieux culturels, leur mise en espace de l'offre, les pratiques de leurs usagers, pour exercer son regard critique. Cette démarche est une propédeutique à la phase de création de dispositifs de médiation.
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CM4-AC11 : Décrire l'offre par les métadonnées IC-CM4-AC12 : Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre
Heures formation (dont TP)	10 heures
Heures « projet tutoré »	12 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	Mise en espace de l'offre Gestion de projet Communication des organisations culturelles
Types de livrable ou de production	Rapport d'étonnement Soutenance orale
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

- Visiter un musée, un monument, une bibliothèque, une librairie en observant particulièrement les médiations offertes au public.
- Rencontrer des professionnels du secteur de la médiation
- Participer à une animation (atelier, visite guidée, conférences...)

SAÉ spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Conception de projet de médiation/médiatisation d'un événement ou d'une institution culturelle
Code	IC-CM3-4-S02
Compétence ciblée	IC-CM3 : Développer IC-CM4 : Organiser
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	À partir d'une commande réelle ou fictive émanant d'un acteur culturel, les étudiants sont invités à analyser l'offre existante et à imaginer un dispositif de médiation/médiatisation adapté au public spécifique de cet acteur, en appliquant les principes de base de la communication. Ils devront préciser les déclinaisons éditoriales envisagées. (La production des outils de communication n'est pas attendue).
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	IC-CM3-AC11 IC-CM3-AC12 IC-CM3-AC13 IC-CM3-AC14 IC-CM4-AC11 IC-CM4-AC13 IC-CM4-AC14
Heures formation (dont TP)	10 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	55 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	Projet scientifique et culturel Gestion de projet Écriture et publication web Données et documents Outils et techniques professionnels dédiés Création et production graphique en milieu culturel Relation client ou public
Types de livrable ou de production	Rapport Soutenance orale
Semestre	Semestre 2

Déclinaisons possibles

- Culture Remix (marathon culturel du type museomix) : concevoir un prototype de médiation pour un lieu dédié au livre ou à la culture : médiathèque, musée, monument, salon littéraire, exposition, l'objectif étant d'accompagner la réinvention de la médiation du lieu et proposer de nouvelles expériences au public.
- Concevoir des dispositifs de médiation pour un événement littéraire : lecture à haute voix, rencontre d'auteurs, promotion d'ouvrages.
- Concevoir des dispositifs de médiation, numériques ou non, hors les murs : parcours de découvertes de lieux et de territoires.
- Concevoir des dispositifs de médiation appropriés à différentes classes d'âge.
- Comprendre l'aménagement d'une librairie ou d'un secteur de médiathèque et proposer une optimisation de l'espace.

Nom de la SAÉ	Stage en Métiers du livre et du patrimoine
Code	IC-CIM-Stage
Compétence(s) ciblée(s)	Toutes les compétences sont concernées par le stage, à des degrés divers selon les missions
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Le stage de première année du BUT est d'une durée de deux à quatre semaines. En voici les objectifs.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ancrer les apprentissages : 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 les contributions ponctuelles de l'étudiant. – Permettre à l'étudiant d'apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles – Contribuer à faire évoluer, en l'affinant, le projet personnel et professionnel.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	Tous les apprentissages critiques de niveau 1 (plan national) sont concernés par le stage, à des degrés divers selon les missions et les entreprises
Heures formation (dont TP)	
Heures « projet tutoré »	
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Ressources principales liées aux compétences communes</p> <p>Étude des organisations</p> <p>Théorie de l'information-communication</p> <p>Expression écrite et orale</p> <p>PAO (et médias professionnels)</p> <p>PPP</p> <p>Ressources principales liées aux compétences spécifiques</p> <p>Projet scientifique et culturel, Paysage culturel et éditorial</p> <p>Fabrication du livre et de l'exposition, Conception graphique, Outils professionnels dédiés</p> <p>Mise en espace de l'offre</p> <p>Relation client ou accueil du public</p> <p>Écriture et publication web</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Écrits - Rapport de stage</p> <p>Fiche métier en lien avec l'activité pratiquée</p> <p>Carnet de bord</p> <p>Possibilité de soutenance orale</p>
Semestre	Semestre 2

Ressources spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource	Socio-économie du livre et du patrimoine		
Code	IC-CM3-R01		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-S01 IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>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'usagers. La prise en compte de l'écosystème vise à montrer les articulations et interdépendances entre ces acteurs et organisations.</p> <p>Les contenus enseignés sont : présentation et analyse des différents métiers du livre et du patrimoine au sein de leur écosystème, dans une approche socioéconomique.</p>		
Mots-clés	Edition, Librairie, Bibliothèque, Musée, Patrimoine, Écosystème du livre et du milieu culturel		
Heures de formation	46 heures (26h au S1 et 20h au S2) 7 heures TP au S1		

Nom de la ressource	Littératures et histoire culturelle		
Code	IC-CM3-R02		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC12	
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce cours 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		
Mots-clés	Littératures, Livre, Patrimoine, Patrimonialisation, Histoire, Histoire de l'art, Histoire des sciences, Histoire des idées, Société, Culture.		
Heures de formation	49 heures (25h au S1 et 24h au S2) 8 heures TP au S1		

Nom de la ressource	Paysage culturel et éditorial		
Code	IC-CM3-R03		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>Les contenus enseignés sont les suivants.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 		
Mots-clés	Production éditoriale, Commerce de la librairie, Écosystème du livre, Organisations artistiques et culturelles.		
Heures de formation	22 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Conception Graphique		
Code	IC-CM3-R04		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC14	
SAÉ concernée(s)			
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>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...).</p> <p>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.</p> <p>Il s'agira de les accompagner dans la compréhension des règles de design graphique : mise en page, typographie, images, formes, couleurs, etc.</p>		
Mots-clés	Design graphique, Mise en page, Typographie, Composition.		
Heures de formation	20 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Données et documents		
Code	IC-CM4-R01		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce cours est d'organiser et d'optimiser la visibilité de l'offre qui passe par la connaissance des logiques de création des métadonnées et des principales bases de données nationales.</p> <p>Les contenus enseignés portent sur les enjeux du signalement de la collection ou de l'assortiment (physique et numérique) des organisations, dans une logique de coopération interprofessionnelle, de dissémination des données sur le web et d'expérience client ou usager satisfaisante.</p>		
Mots-clés	Document, Numérisation, Document numérique, Redocumentarisation, Base de données, Métadonnées		
Heures de formation	20 heures 10 heures TP		

Nom de la ressource	Mise en espace de l'offre		
Code	IC-CM4-R02		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CM4-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Ce cours porte sur la mise à disposition de l'offre culturelle par les organisations auprès de leurs publics et clients.</p> <p>Les étudiants devront s'approprier les différents dispositifs de médiation et de mise en espace en fonction des situations culturelles rencontrées.</p> <p>Les contenus enseignés abordent l'aménagement de l'espace physique ou virtuel accueillant l'offre de produits et de services culturels, dans une logique marchande (commerces du livre) ou non marchande (bibliothèques, musées), basée sur les techniques du merchandising, du design d'espace et de la scénographie.</p>		
Mots-clés	Merchandising, Design d'espace, Scénographie		
Heures de formation	16 heures 10 heures TP		

Nom de la ressource	Gestion de projet		
Code	IC-CM4-R03		
Semestre	Semestres 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CM4-S01, IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce cours est de proposer une initiation à la gestion de projet.</p> <p>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, budget prévisionnel, rétro planning (GANTT), processus d'évaluation.</p>		
Mots-clés	Travail collaboratif, méthodologie de projet, stratégie, commande, partenariat, cahier des charges, budget, planning, veille, recherche d'informations, médiation		
Heures de formation	25 heures (15h en S1 et 10h en S2) 10 heures TP au S2		

Nom de la ressource	Communication des organisations culturelles		
Code	IC-CM4-R04		
Semestre	Semestre 1		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CM4-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce cours est de former les étudiants à concevoir des stratégies cohérentes de communication pour des organisations culturelles.</p> <p>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.</p> <p>Les étudiants seront également formés aux différents outils, méthodes et techniques pouvant les accompagner dans la conduite de ce genre de stratégies.</p>		
Mots-clés	Animation, communication ; Communication des organisations ; Communication des organisations culturelles		
Heures de formation	14 heures 0 heures TP		

Ressources spécifiques – Métiers du livre et du patrimoine – Semestre 2

Nom de la ressource	Projet scientifique et culturel		
Code	IC-CM3-R05		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-S01 IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>La ressource se propose d'aborder la politique documentaire des bibliothèques ou le projet scientifique et culturel des lieux patrimoniaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> – définir la politique globale de l'établissement et ses orientations stratégiques, – poser la question du rôle de la structure dans son environnement, – définir la politique de diffusion auprès des publics, – analyser les interactions entre les collections, les publics, l'environnement et le bâtiment du musée ou de la bibliothèque. 		
Mots-clés	Orientations et stratégies, Public, Partenaires, Environnement documentaire, Contexte sociodémographique et géographique		
Heures de formation	15 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Fabrication du livre et de l'exposition		
Code	IC-CM3-R06		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
		X	
		IC-CM3-AC14	
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-S01		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>Sur le volet Métiers du livre, la fabrication du livre comporte les techniques d'impression et les différentes étapes du processus conduisant au produit fini, physique (livre papier) et numérique (livre numérique). L'appréhension de ces techniques participe de la création d'une offre culturelle.</p> <p>Sur le volet Métiers des patrimoines, il s'agit de définir et de décrire le processus d'exposition entendu à la fois comme un moyen de diffuser la collection (dans les musées, bibliothèques, etc.) et comme média de communication des institutions culturelles. L'exposition, permanente et temporaire, obéit à un scénario et à une mise en scène des objets dans l'espace (scénographie).</p>		
Mots-clés	Techniques d'impression, Pré-presse, Papier, Finition de l'imprimé, Livre numérique, Exposition, Scénographie, Narration		
Heures de formation	10 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Outils et techniques professionnels dédiés		
Code	IC-CM4-R05		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		
Mots-clés	<p>Selon la ou les spécialités professionnelles choisies.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 		
Heures de formation	<p>15 heures</p> <p>15 heures TP</p>		

Nom de la ressource	Relation Client ou Accueil du public		
Code	IC-CM4-R06		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Aucun		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de cette ressource est la formation à l'accueil des publics : clients ou usagers.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		
Mots-clés	Vente, Techniques de vente, Accueil, Gestion, Clientèle, Usagers, Services, communication		
Heures de formation	15 heures 0 heures TP		

Nom de la ressource	Écriture et publication web		
Code	IC-CM4-R07		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC14
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Expression écrite et orale ; PAO ; Informatique ; Web		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif est d'appréhender les différents modes de lecture à l'écran, d'organiser visuellement des contenus en ligne et d'adapter sa communication aux différents médias numériques.</p> <p>Il s'agira de se familiariser avec les normes de l'écriture pour le web, les techniques de l'écriture web et les aspects juridiques de l'écriture web.</p> <p>L'adaptation des contenus aux différents médias (sites, blogs, newsletter, réseaux sociaux numériques) ainsi que les principes de rédaction pour la lecture en ligne seront abordés dans une logique de relation texte/image/multimédia et de sensibilisation au référencement naturel.</p>		
Mots-clés	Écriture web ; Écriture numérique ; publication numérique ; Éditorialisation ; Médias numériques		
Heures de formation	15 heures 8 heures TP		

Nom de la ressource	Création et production graphique en milieu culturel		
Code	IC-CM4-R08		
Semestre	Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques			
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Développer	Compétence 4 Organiser
			X
			IC-CM4-AC14
SAÉ concernée(s)	IC-CM3-4-S02		
Prérequis	Expression écrite et orale ; image et son ; PAO		
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de ce cours est de permettre la mise en application les éléments théoriques du S1 sur la communication graphique en milieu culturel, ses spécificités, ses Codes, ses normes, ses références, etc.</p> <p>Les étudiants seront formés au design et à la composition graphiques ainsi qu'aux différents outils, méthodes et techniques dédiés qui leur permettront de produire des objets visuels et graphiques.</p>		
Mots-clés	Arts graphiques ; Infographie ; Image ; Design graphique		
Heures de formation	15 heures 15 heures TP		

Semestre 2

UE	Apprentissages critiques	SAÉ							Ressources																					
		CT1-S03	CT2-S04	CP3-S02	CP4-S02	CP5-S02	Portfolio	Stage	Économie générale	Droit – Droit du travail	SHS	Culture générale et humanités	Anglais	LV2	Expression	Image et son	Culture numérique	Comportement des consommateurs	Étude marché / Marketing d'études	Analyse des données	image et son	PAO	Web	Conception rédaction	Cultures et tendances publicitaires	Gestion de projet	Droit de la publicité	PPP		
UE 2.1	Décrypter	IC-CT1-AC11	X				X	X	X	X	X	X																		X
		IC-CT1-AC12					X	X																						X
		IC-CT1-AC13	X				X	X		X																				X
UE 2.2	Partager	IC-CT2-AC11		X			X	X																					X	
		IC-CT2-AC12	X				X	X				X	X	X	X															X
		IC-CT2-AC13					X	X																						X
		IC-CT2-AC14	X	X			X	X									X													X
UE 2.3	Comprendre	IC-CP3-AC11					X	X										X												
		IC-CP3-AC12					X	X											X											
		IC-CP3-AC13			X		X	X																						
		IC-CP3-AC14			X		X	X												X										
UE 2.4	Concevoir	IC-CP4-AC11				X	X	X																	X					
		IC-CP4-AC12				X	X	X																						
		IC-CP4-AC13				X	X	X													X	X	X							
		IC-CP4-AC14				X	X	X																						
UE 2.5	Déployer	IC-CP5-AC11					X	X																						
		IC-CP5-AC12					X	X	X																	X				
		IC-CP5-AC13					X	X	X																		X			
		IC-CP5-AC14					X	X	X																			X		

Volume horaire hors projet	8	8	8	6	8			18	18	20	14	20	20	20	15	15	10	12	15	15	15	15	15	16	15	14	10		
dont TP	4	0	4	4	0			0	0	0	0	6	6	6	6	0	0	0	8	10	10	10	4	0	8	0	5		
Heures de Projet	15	15	20	20	15	15																							

Volume horaire avec projet	23	23	28	26		15	0																						
----------------------------	----	----	----	----	--	----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Total d'heures enseignement	350
Dont TP	91

Total d'heures de projet	100
--------------------------	-----

SAÉ spécifique – Publicité – Semestre 1

Nom de la SAÉ	Réaliser une analyse de marché
Code	IC-CP3-S01
Compétence ciblée	IC-CP3 : Comprendre
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Dans le cadre du développement d'un nouveau produit / service d'une organisation fictive ou réelle, analyser les composantes du marché pour en évaluer les caractéristiques et valider la faisabilité du projet.</p> <p>L'enseignant réunit des ressources documentaires de différentes nature et les met à disposition de l'étudiant. Celui-ci doit lire et repérer les caractéristiques de l'offre et de la demande pour le mettre en avant dans un compte rendu structuré.</p> <p>L'objectif final est de déterminer si l'organisation se situe sur un marché propice au développement de son projet.</p> <p>Il s'agit d'un travail individuel, de préférence.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP3-AC11 : Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat</p> <p>IC-CP3-AC12 : Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente</p>
Heures formation suggérées (dont TP)	10 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	8 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Étude de marché, marketing d'étude</p> <p>Marketing fondamental, marketing d'études</p>
Types de livrable ou de production	<p>Le livrable est un compte rendu dactylographié. L'enseignant peut aussi demander une présentation orale du travail avec comme appui du discours une présentation sous forme de diaporama.</p> <p>Une présentation devant un commanditaire est une possibilité en cas d'analyse réelle.</p>
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

Cette analyse de marché peut concerner un sujet fictif ou réel, et être proposée en réponse au besoin d'une entreprise locale, porter sur un marché en tendance, correspondre à un thème qui sera développé en « fil rouge » tout au long du BUT 1, traiter d'un marché porteur ou au contraire présenter les raisons qui expliquent les chutes des ventes d'un produit.

Nom de la SAÉ	Concevoir une identité graphique
Code	IC-CP4-S01
Compétence ciblée	IC-CP4 : Concevoir
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>A partir d'un brief client réel ou fictif, en mobilisant des techniques de créativité, construire l'identité graphique d'une organisation.</p> <p>Les étudiants de manière individuelle devront travailler en passant par une étape de créativité et de recherche de symboles, avant de passer à une étape d'exécution.</p> <p>Ils mobiliseront leurs connaissances en techniques de créativité et produiront les livrables en usant des codes de communication et leur sens, tout en mobilisant les compétences acquises en PAO.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP4-AC11 : S'initier aux méthodes de créativité</p> <p>IC-CP4-AC12 : User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)</p> <p>IC-CP4-AC13 : Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Créativité</p> <p>Culture et tendances publicitaires</p> <p>Culture graphique et communication visuelle, PAO</p> <p>Introduction à l'art contemporain</p>
Types de livrable ou de production	<p>Logo</p> <p>Base line</p> <p>Charte graphique</p> <p>Déclinaison papeterie</p>
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

- Sujet commun réel ou fictif
- Mini challenge
- Marque ou organisation associative
- Construire une identité de marque de zéro
- Refondre/faire évoluer une identité de marque : la rendre plus conforme à l'ADN de la marque ou lutter contre une marque vieillissante.

Nom de la SAÉ	Décrypter le brief d'un annonceur
Code	IC-CP5-S01
Compétence ciblée	IC-CP5 : Déployer
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>La lecture et le décryptage d'un brief annonceur est une mission indispensable en agence pour répondre aux besoins de son client.</p> <p>Il s'agit ici d'identifier les clés et la méthodologie pour lire et analyser un brief annonceur. Ce travail passe par plusieurs étapes.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>Ce travail pourra être réalisé par équipe de quatre ou cinq étudiants. Ils s'organiseront en « junior agency » et, sur le mode d'un jeu de rôle, s'attribueront chacun un métier de la Pub.</p> <p>L'évaluation pourra se composer d'un document de synthèse et d'un pitch accompagné, le cas échéant, d'un support de présentation.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP5-AC11 : Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports</p> <p>IC-CP5-AC12 : Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires</p> <p>IC-CP5-AC13 : Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	7 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Métiers et acteurs de la publicité</p> <p>Culture et tendances publicitaires</p> <p>Atelier recommandation</p>
Types de livrable ou de production	<p>Compte-rendu ou synthèse</p> <p>Pitch avec support de présentation</p>
Semestre	Semestre 1

Déclinaisons possibles

- Présenter aux étudiants plusieurs catégories de brief.
- Les briefs peuvent être réels ou fictifs.
- Les étudiants peuvent être mis en compétition par l'organisation de pitch devant un jury.

SAÉ spécifique – Publicité – Semestre 2

Nom de la SAÉ	Réaliser une étude sur une marque
Code	IC-CP3-S02
Compétence ciblée	IC-CP3 : Comprendre
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>A la demande d'un commanditaire ou sur un sujet imposé par l'enseignant ou sur un sujet proposé par l'étudiant, il s'agit de procéder à l'étude d'une marque.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Évaluer la notoriété et l'image de la marque. – Récolter des données sur la marque. – Étudier la clientèle actuelle de la marque et produire quelques projections. <p>Le travail se fera de préférence par groupes.</p> <p>L'évaluation pourra comporter une restitution écrite et/ou orale.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP3-AC13 : Comprendre et qualifier une identité de marque</p> <p>IC-CP3-AC14 : Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	20 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Comportement des consommateurs</p> <p>Étude du marché / Marketing d'études</p> <p>Marketing fondamental / Stratégie de marque</p> <p>Analyse des données</p>
Types de livrable ou de production	<p>Le livrable est un compte rendu dactylographié. L'enseignant peut aussi demander une présentation orale du travail avec comme appui du discours une présentation de type diaporama incluant des éléments chiffrés représentés sous forme d'infographie.</p> <p>Une présentation devant un commanditaire est une possibilité en cas d'analyse réelle.</p>
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Raconter ou convaincre par l'image
Code	IC-CP4-S02
Compétence ciblée	IC-CP4 : Concevoir
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Il s'agit ici 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.</p> <p>Le commanditaire peut être réel ou fictif. Les étudiants travaillent de préférence en groupes et réaliseront le projet en trois étapes-clés.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>L'évaluation portera sur la qualité de la production et sa corrélation avec les objectifs du client.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP4-AC11 : S'initier aux méthodes de créativité</p> <p>IC-CP4-AC12 : User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)</p> <p>IC-CP4-AC13 : Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia</p> <p>IC-CP4-AC14 : Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques</p>
Heures formation (dont TP)	6 heures (4 heures TP)
Heures « projet tutoré »	20 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Créativité</p> <p>Culture et tendances publicitaires</p> <p>Culture graphique et communication visuelle</p> <p>PAO</p> <p>Web</p> <p>Conception rédaction</p>
Types de livrable ou de production	<p>Photo</p> <p>Courte vidéo</p>
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Étude publicitaire
Code	IC-CP5-S02
Compétence ciblée	IC-CP5 : Déployer
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Dans le cadre d'une veille des tendances publicitaires et afin d'acquérir une culture publicitaire, il s'agira d'analyser les campagnes produites par une organisation en fonction de critères internes mais également eu égard à ses obligations juridiques et engagements RSE.</p> <p>Les étudiants, organisés en équipes, s'emparent d'une ou deux publicités, proposées par l'enseignant ou choisies par eux en fonction de critères indiqués par l'enseignant (par exemple un secteur d'activité, une cause, etc.).</p> <p>Les étudiants prennent développent les deux phases suivantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>L'évaluation portera sur la restitution d'une fiche d'analyse. Un pitch pourra être envisagé.</p>
Apprentissage(s) critique(s) couvert(s)	<p>IC-CP5-AC12 : Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires</p> <p>IC-CP5-AC13 : Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur</p> <p>IC-CP5-AC14 : Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité</p>
Heures formation (dont TP)	8 heures
Heures « projet tutoré »	15 heures
Liste des ressources mobilisées et combinées	<p>Culture et tendances publicitaires</p> <p>Droit de la publicité</p> <p>Gestion de projet</p>
Types de livrable ou de production	Fiche d'analyse
Semestre	Semestre 2

Nom de la SAÉ	Stage en Publicité
Code	IC-CIP-Stage
Compétence(s) ciblée(s)	Toutes les compétences sont concernées par le stage, à des degrés divers selon les missions
Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée	<p>Le stage de première année du BUT est d'une durée de deux à quatre semaines. En voici les objectifs.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ancrer les apprentissages : 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 les contributions ponctuelles de l'étudiant. – Permettre à l'étudiant d'apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles – Contribuer à faire évoluer, en l'affinant, le projet personnel et professionnel.
Apprentissage(s) critique(s) concerné(s)	Tous les apprentissages critiques de niveau 1 (plan national) sont concernés par le stage, à des degrés divers selon les missions et les entreprises
Heures formation (dont TP)	
Heures « projet tutoré »	
Liste des ressources pouvant être mobilisées ou combinées	<p>Ressources principales liées aux compétences communes</p> <p>Étude des organisations</p> <p>Théorie de l'information-communication</p> <p>Expression écrite et orale</p> <p>PAO (et médias professionnels)</p> <p>PPP</p> <p>Ressources principales liées aux compétences spécifiques</p> <p>Culture graphique, Communication visuelle</p> <p>Marketing d'études, marketing fondamental</p> <p>Études de marché</p> <p>Analyse des données</p> <p>Stratégie de marque</p>
Types de livrables ou de productions	<p>Écrits - Rapport de stage</p> <p>Fiche métier en lien avec l'activité pratiquée</p> <p>Carnet de bord</p> <p>Possibilité de soutenance orale</p>
Semestre	Semestre 2

Ressources spécifiques – Publicité – Semestre 1

Certaines ressources assurées aux semestres 1 et 2 sont décrites dans une même fiche. Elles apparaissent dans les fiches du semestre 1.

Nom de la ressource		Comportement des consommateurs		
Code		IC-CP3-R01		
Semestre		Semestre 1 et 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
		X		
		IC-CP3-AC11		
SAÉ concernée(s)		IC-CP3-S02		
Prérequis		Aucun		
Descriptif détaillé		<p>Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing.</p> <p>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.</p> <p>Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.</p>		
Mots-clés		Consommateur, Comportement, Attitude, Parcours d'achat, Influence		
Heures de formation		18 heures (8h en S1 et 10h en S2) 0 heures TP		

Nom de la ressource	Études de marché, Marketing d'études			
Code	IC-CP3-R02			
Semestre	Semestres 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
		X		
		IC-CP3-AC12		
SAÉ concernée(s)	IC-CP3-S01 IC-CP3-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> – rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ; – identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration... <p>Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.</p>			
Mots-clés	Source d'information, Méthodologie, Questionnaire, Quantitatif, Qualitatif			
Heures de formation	20 heures (8h en S1 et 12h en S2) 6 heures TP en S1			

Nom de la ressource	Marketing fondamental, Stratégie de marque			
Code	IC-CP3-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
		X		
		IC-CP3-AC13 IC-CP3-AC14		
SAÉ concernée(s)	IC-CP3-S01 IC-CP3-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Marketing fondamental</p> <p>Définir le marketing et identifier ses évolutions. Comprendre la notion de marché et appréhender ses principaux outils d'analyse (MOFF ou SWOT, PESTEL...).</p> <p>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).</p> <p>Stratégie de marque</p> <p>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...</p>			
Mots-clés	<p>Marketing fondamental : Marketing, Marché, Outil d'analyse, Segmentation, Ciblage, Positionnement</p> <p>Stratégie de marque : Marque, Identité, Image, Stratégie globale, Branding</p>			
Heures de formation	25 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Créativité			
Code	IC-CP4-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S01, IC-CP4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'objectif de cette ressource est 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...).</p> <p>Cette approche peut aussi aborder le principe structurel de la stratégie créative, telle qu'elle est pratiquée dans le domaine professionnel de la publicité.</p>			
Mots-clés	Créativité, Insight, Idées, Brainstorming, Mind mapping			
Heures de formation	14 heures 4 heures TP			

Nom de la ressource	Culture et tendances publicitaires			
Code	IC-CP4-R02			
Semestre	Semestre 1 et 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir (S1)	Compétence 5 Déployer (S2)
			X	X
			IC-CP4-AC11 IC-CP4-AC14	IC-CP5-AC12
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S01, IC-CP4-S02, IC-CP5-S01, IC-CP5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Culture publicitaire, Tendances, Enjeux, Actualité			
Heures de formation	32 heures (16h en S1 et 16h en S2) 0 heures TP			

Nom de la ressource	Culture graphique et communication visuelle			
Code	IC-CP4-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC12	
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S01, IC-CP4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>L'objectif est de comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle en développant une culture graphique.</p> <p>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.</p> <p>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).</p>			
Mots-clés	Culture graphique, Création graphique, Édition, Typographie, Symboles, Couleurs			
Heures de formation	16 heures 4 heures TP			

Nom de la ressource	Introduction à l'art contemporain			
Code	IC-CP4-R04			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
		X		
		IC-CP3-AC14		
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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...).</p>			
Mots-clés	Culture, Art contemporain, Art conceptuel, Modernité			
Heures de formation	12 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Métiers et acteurs de la publicité			
Code	IC-CP5-R01			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
				X
				IC-CP5-AC11
SAÉ concernée(s)	IC-CP5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.</p> <p>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.</p>			
Mots-clés	Marché publicitaire, Agence, Annonceur, Régie, Médias			
Heures de formation	20 heures 0 heures TP			

Nom de la ressource	Atelier Recommandation			
Code	IC-CP5-R02			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
				X
				IC-CP5-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CP5-S01			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	Savoir lire un brief, le comprendre et s'en saisir. Élaborer un diagnostic de communication antérieure.			
Mots-clés	Brief, Annonceur, Diagnostic			
Heures de formation	15 heures 8 heures TP			

Nom de la ressource	Gestion de projet			
Code	IC-CP5-R03			
Semestre	Semestre 1			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
				X
				IC-CP5-AC13
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	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).			
Mots-clés	Maître d'ouvrage, Maître d'œuvre, Besoins, Cahier des charges, Équipe			
Heures de formation	10 heures 0 heures			

Ressources spécifiques – Publicité – Semestre 2

Nom de la ressource		Analyse de données		
Code		IC-CP3-R04		
Semestre		Semestre 2		
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
		X		
		IC-CP3-AC14		
SAÉ concernée(s)		IC-CP3-S02		
Prérequis		Aucun		
Descriptif détaillé		<p>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.</p> <p>Initier à l'analyse de données qualitatives (analyse de contenu) collectées via des focus groups, des entretiens individuels, etc.</p> <p>Savoir interpréter, synthétiser et présenter les données collectées.</p>		
Mots-clés		Analyse, Données / Data, Quantitatif, Qualitatif		
Heures de formation		15 heures 8 heures TP		

Nom de la ressource	Image et son			
Code	IC-CP4-R05			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC13	
SAÉ concernée(s)				
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Principes de l'animation image par image.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Monter des mashup à l'aide logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 			
Mots-clés	Mashup vidéo, Animation image par image, Storyboard, Réseaux sociaux			
Heures de formation	15 heures 10 heures TP			

Nom de la ressource	PAO			
Code	IC-CP4-R06			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC13	
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information...).</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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...). 			
Mots-clés	PAO, Impression, Web, Dessin vectoriel, Mode point, Images			
Heures de formation	15 heures 10 heures TP			

Nom de la ressource	Web			
Code	IC-CP4-R07			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC13	
Compétence(s) ciblée(s)	Compétence 4 : Concevoir			
Apprentissages critiques	– Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia			
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	Gérer un projet web : rédaction d'un cahier des charges, gestion de projet Web. Approfondir le langage HTML et CSS.			
Mots-clés	Projet web, HTML, CSS			
Heures de formation	15 heures 10 heures TP			

Nom de la ressource	Conception rédaction			
Code	IC-CP4-R08			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
			X	
			IC-CP4-AC11	
SAÉ concernée(s)	IC-CP4-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<ul style="list-style-type: none"> – 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 jargon du métier et les différents éléments rédactionnels dans la pub. 			
Mots-clés	Concepts publicitaires, Message, Slogan, Accroche, Signature, Baseline			
Heures de formation	15 heures 4 heures TP			

Nom de la ressource	Gestion de projet			
Code	IC-CP5-R03			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
				X
				IC-CP5-AC13
SAÉ concernée(s)	IC-CP5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	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 : graphe Pert, diagramme de Gantt, iii) la documentation.			
Mots-clés	Maître d'ouvrage, Maître d'œuvre, Besoins, Cahier des charges, Équipe			
Heures de formation	15 heures 8 heures TP			

Nom de la ressource	Droit de la publicité			
Code	IC-CP5-R04			
Semestre	Semestre 2			
Compétences ciblées et apprentissages critiques				
Compétence 1 Décrypter	Compétence 2 Partager	Compétence 3 Comprendre	Compétence 4 Concevoir	Compétence 5 Déployer
				X
				IC-CP5-AC14
SAÉ concernée(s)	IC-CP5-S02			
Prérequis	Aucun			
Descriptif détaillé	<p>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.).</p> <p>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.).</p>			
Mots-clés	Déontologie, Éthique, Publicité encadrée, Protection du consommateur			
Heures de formation	14 heures 0 heures TP			

Référentiel d'évaluation

Les dispositions relatives à l'évaluation sont décrites dans l'annexe 1 de l'arrêté relatif aux programmes nationaux de la licence professionnelle – bachelor universitaire de technologie.