

3.2.3. SAÉ 2.JOU.03 : Réaliser un reportage radio

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un reportage radio, en rendant compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte du public cible.**

Descriptif générique :

Le reportage radio est livré sous la forme d'un podcast.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.16 | Suivi et analyse critique de l'actualité
- R2.JOU.17 | Traitement de l'actualité internationale
- R2.JOU.18 | Outils de communication numérique
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme
- R2.JOU.20 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.JOU.04 : Réaliser un reportage audiovisuel

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un reportage vidéo qui s'insérerait dans un journal télé ou dans une production web, en rendant compte des méthodes d'enquête, du respect des règles déontologiques et de la prise en compte des publics cibles.**

Descriptif générique :

Il s'agira de permettre aux étudiants d'éprouver la réalisation d'un reportage audiovisuel depuis la prise de contact de personnes ressources via un réseau de professionnels, jusqu'à la construction du sujet en passant par l'extraction et la hiérarchisation des informations, leur mise en forme par le travail du montage, sans compter la prise en compte de la ligne éditoriale du média visé et les contraintes organisationnelles induites.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.16 | Suivi et analyse critique de l'actualité
- R2.JOU.17 | Traitement de l'actualité internationale
- R2.JOU.18 | Outils de communication numérique
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme
- R2.JOU.20 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. SAÉ 2.JOU.05 : Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **documenter un cas réel d'ingérence ou d'influence dans un média, que ce soit dans une rédaction ou sur le terrain.**

Descriptif générique :

Il s'agit d'analyser les processus à l'œuvre, de les caractériser en identifiant les acteurs, de replacer les manquements ou les abus dans un contexte juridique, économique et déontologique.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.JOU.11 | Sociologie des médias et du journalisme
- R2.JOU.13 | Déontologie et éthique
- R2.JOU.14 | Droit de la presse et des médias
- R2.JOU.15 | Économie des médias et du journalisme
- R2.JOU.19 | Interlocuteurs du journalisme

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.6. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

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

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

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel
- R2.JOU.12 | Ecrit et oral spécifiques

3.2.7. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

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

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

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

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S2
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

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

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

S'approprier la formation

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

Découvrir les métiers et connaître le territoire

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

Se projeter dans son environnement professionnel

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC14.02 | Extraire, collecter et hiérarchiser les informations (à partir de documents écrits, oraux ou d'images)
- AC14.03 | Réaliser une interview
- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle
- AC14.07 | Protéger les diverses sources d'information
- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son. . .)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

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

3.3.11. Ressource R2.JOU.11 : Sociologie des médias et du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

En complément de la ressource du premier semestre centrée sur la sociologie du journalisme, il s'agit de s'intéresser aux relations entre les médias et leurs publics, aux pratiques informationnelles et à la sociologie de la réception des contenus médiatiques.

Diverses thématiques peuvent être abordées, comme, par exemple, la confiance et de la défiance dans les médias, la transformation des pratiques informationnelles en lien avec le numérique, la circulation et la réception des fausses informations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Publics – Pratiques professionnelles – Rapport aux sources – Pratiques informationnelles – Sociologie de la réception.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.12. Ressource R2.JOU.12 : Ecrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S2

Descriptif :

Cette ressource vise à garantir une représentation fidèle et non discriminante de la réalité par l'usage d'un lexique précis, la recherche d'images propres et la production de textes donnant à voir la société dans toute sa diversité.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations , invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

Culture – Stéréotype – Verbal et non-verbal – Discours – Genre – Stigmatisation – Surreprésentation – Invisibilisation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.JOU.13 : Déontologie et éthique

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

Fondé sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux qui régissent la profession de journaliste, l'objectif de cette ressource est de permettre à l'étudiant d'interroger ses propres pratiques professionnelles au regard des règles déontologiques.

La ressource permet de contribuer tant à la définition d'un savoir être journaliste en termes de réflexion qu'à la mise en place de savoir-faire en termes de compétences opérationnelles pour son activité in situ (respect du droit à l'image et demande d'autorisation de droit à l'image par exemple).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.03 | Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

Droit – Devoirs – Chartes – Règles déontologiques – Médiation.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.14. Ressource R2.JOU.14 : Droit de la presse et des médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

L'exercice du journalisme relève d'un cadre juridique définissant la liberté d'opinion et d'une réglementation propre aux entreprises de presse et aux publications de presse. Droit au respect de la vie, droit à l'image, protection du secret des affaires ou respect de la dignité humaine, etc. conditionnent cependant également le droit et le devoir d'informer.

Il s'agit donc d'identifier les principales dispositions que doivent respecter les entreprises de presse et les journalistes dans le cadre légitime de leur activité visant à informer les publics.

Une attention particulière sera portée aussi bien aux principes constitutionnels fondamentaux qu'aux évolutions permanentes du droit national ou international.

Présentations de cas concrets et études des jurisprudences permettront de situer les enjeux propres à la collecte et à la diffusion de l'information au sein d'un espace public en pleine transformation notamment via le développement des technologies de l'information et de la communication.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique

Mots clés :

Droit – Loi – Jurisprudence – Cour Européenne des Droits de l'Homme.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.15. Ressource R2.JOU.15 : Économie des médias et du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

A partir de l'application des modèles économiques aux médias et entreprises de presse, l'objectif de cette ressource est de permettre la prise en compte des variables économiques (micro et macro-économiques) dans la fabrique de l'information.

L'étude des évolutions dans la consommation des médias, de l'évolution des technologies numériques avec l'introduction du marketing et du contrôle de gestion sera l'occasion d'appréhender le phénomène de concentration, l'évolution de l'organisation des médias ainsi que les nécessaires innovations.

Un focus sera effectué sur la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique et l'évolution même du métier. Seront abordés les modèles économiques des médias (Internet, presse, radio, télévision), le système média / audience / annonceur / État qui permettront d'identifier les particularités des entreprises médiatiques (ressources, coûts, marchés).

Un questionnement sur les stratégies d'ingérence et d'influence sera consécutivement mené. Les modèles économique-éditoriaux à l'œuvre en France et dans le monde seront identifiés.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information au sein d'un espace public et démocratique
- AC13.02 | Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et ceux qui régissent l'activité des journalistes
- AC13.05 | Repérer et analyser clichés et stéréotypes (stigmatisations, discriminations, invisibilisations et surreprésentations)

Mots clés :

économie – médias – presse – information – influence – ingérence

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.16. Ressource R2.JOU.16 : Suivi et analyse critique de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

Sur la base des connaissances et compétences acquises au premier semestre, notamment en matière d'appétence à l'information, seront examinées les manières distinctes de structures l'information au sein de différents types de médias.

La ressource permettra donc aux étudiants de comprendre les relations de concurrence mais également de complémentarité entre ces différents médias et au final de repérer l'espace et la temporalité propre qui les caractérisent. En ce sens l'approche des chaînes d'information en continu pourra faire l'objet d'un traitement spécifique.

Cette ressource contribuera à une première orientation des étudiants pour leur carrière de journaliste.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

Suivi de l'actualité – Revue de presse – Lecture critique des médias.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.17. Ressource R2.JOU.17 : Traitement de l'actualité internationale

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

Cette ressource vise à donner aux étudiants les ressources nécessaires pour appréhender les spécificités et les enjeux du traitement de l'actualité internationale. Elle permet de comprendre comment est structuré le marché de l'information internationale, quels sont ses principaux acteurs et leurs logiques de production.

Elle permet aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires à l'analyse du rôle de l'information dans les rapports de force internationaux. Le second semestre permettra de prendre conscience de la manière dont l'actualité française est traitée dans les médias nationaux étrangers et au sein des médias internationaux.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.05 | Assurer un suivi de l'actualité

Mots clés :

International – Agences de presse – Géopolitique – Correspondance.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.18. Ressource R2.JOU.18 : Outils de communication numérique

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

D'innombrables outils permettent aujourd'hui aux journalistes d'enrichir leurs contenus. Ces outils (frises chronologiques par exemple) répondent à un besoin réel d'illustration. Ils génèrent également de nouvelles écritures (data-first) et constituent une introduction à une nouvelle forme de journalisme, le journalisme de données.

Sous l'apparente simplicité de ces outils se cachent néanmoins de réelles complexités dans le cadre de l'analyse et la visualisation des données, de nouveaux enjeux économiques et de nouveaux impératifs en termes de vérification de l'information.

Un premier repérage des outils disponibles et leur utilisation permettra d'identifier problèmes et biais liés à la visualisation ainsi que leur conséquence en matière de fact-checking.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.04 | Utiliser les bases du fact-checking
- AC14.06 | Concevoir un système de veille informationnelle

Mots clés :

Veille – Collaboration – Analyse et visualisation de données – Vérification – Fact-checking.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 5 heures de TP

3.3.19. Ressource R2.JOU.19 : Interlocuteurs du journalisme

Compétences ciblées :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel
- SAÉ 2.JOU.05 | Documenter un cas réel d'influence ou d'ingérence dans les médias

Descriptif :

L'objectif de la ressource « Interlocuteurs du journalisme » est de présenter aux futurs journalistes les différents acteurs non-journalistes avec lesquels ils seront amenés à interagir dans la chaîne de production de l'information.

Il convient alors de saisir et comprendre le rôle particulier de chacun de ces acteurs spécifiques, de s'approprier la maîtrise des interactions possibles avec eux et de les situer dans leur cadre institutionnel.

À travers la découverte de ces acteurs individuels (notamment les élus) et institutionnels (organisations politiques, judiciaires, publiques ou privées), il s'agit de prendre en compte les structures, leur organisation, leurs niveaux de direction, mais aussi de se familiariser avec les pratiques de réseau et de lobbying.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.04 | Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
- AC14.01 | Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels

Mots clés :

Sources – Institutions – Organisations – Acteurs de l'information – Réseau.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures

3.3.20. Ressource R2.JOU.20 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

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

- SAÉ 2.JOU.03 | Réaliser un reportage radio
- SAÉ 2.JOU.04 | Réaliser un reportage audiovisuel

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'une part de permettre à l'étudiant l'appropriation des principes et modes de l'écriture journalistique et tout particulièrement de la notion d'angle via l'étude en profondeur des différents genres journalistiques (le portrait, l'interview, le reportage, le compte-rendu, la synthèse...).

Cette ressource doit permettre à l'étudiant d'apprendre à construire un article, de développer son sens de la hiérarchisation de l'information, d'approcher la technicité et la spécificité des différentes écritures (presse écrite, web, télé, radio...) en fonction des formats des articles et des supports convoqués et d'intégrer notamment la prise de note pendant l'interview.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC15.01 | Assimiler la notion d'angle en journalisme
- AC15.02 | S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web en hiérarchisant l'information
- AC15.03 | S'initier aux techniques de production journalistique en prenant en compte les spécificités de chaque média (maquettage, tournage, montage, prise de son...)
- AC15.04 | Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
- AC15.05 | Prendre en compte les contraintes organisationnelles (temps, calibrage...)

Mots clés :

Écriture – Hiérarchie – Sources – Angle – 5W – Genres journalistiques – Déontologie – Technique – Reportage – Photo – Caméra – Son.

Volume horaire :

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

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 3.JOU.01 Produire une recherche sur un fait de société à l'international	SAE 3.JOU.02 Réaliser un article sur la base d'entretiens	SAE 3.JOU.03 Produire un report pour le web à partir de data	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.JOU.08 Droit de la presse et des médias	R3.JOU.09 Déontologie et éthique	R3.JOU.10 Ecrit et oral spécifiques	R3.JOU.11 Etudes et techniques d'enquête	R3.JOU.12 Interlocuteurs du journalisme	R3.JOU.13 Journalisme de données	R3.JOU.14 Suivi de l'actualité	R3.JOU.15 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R3.JOU.16 Techniques de référencement	
Décrypter	AC21.01	X			X	X	X					X										
	AC21.02	X			X			X				X										
	AC21.03	X			X							X										
Partager	AC22.02	X			X				X	X	X	X										
	AC22.03	X			X				X	X	X	X										
	AC22.04	X			X	X	X					X										
	AC22.05	X			X			X				X										
Garantir	AC23.01	X			X							X		X								
	AC23.02	X			X							X	X									
	AC23.03	X			X							X	X	X								
	AC23.04	X			X							X	X	X								
	AC23.05	X			X							X			X							
Chercher	AC24.01		X		X							X					X					
	AC24.02		X		X							X						X	X			
	AC24.03		X		X							X				X			X			
	AC24.04		X		X							X				X	X					
	AC24.05		X		X							X				X						
	AC24.06		X		X							X						X				
Produire	AC25.01		X		X							X									X	
	AC25.02		X		X							X									X	
	AC25.03		X		X							X									X	
	AC25.04		X		X							X									X	
Valoriser2	AC26.01			X	X							X						X				
	AC26.02			X	X							X	X									
	AC26.03			X	X							X									X	
	AC26.04			X	X							X						X				
Volume total					20	30	20	20	20	20	10	6	6	6	6	6	8	6	8	6	198	
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	0	0	6	6	0	8	2	8	6	66	
Adaptation Locale (SAE)		55																				55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)											81											81
TP Adaptation locale											45											45

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

4.2.1. SAÉ 3.JOU.01 : Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire une recherche sur un fait de société à l'international**.

Descriptif générique :

Il s'agit de s'intéresser à un fait de société étranger, lié à l'actualité d'un pays, sur la base de lectures en français et en langues étrangères.

Il faudra présenter le fait de société en analysant le contexte, les origines, les spécificités culturelles et les implications.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.10 | Ecrit et oral spécifiques
- R3.JOU.14 | Suivi de l'actualité

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.JOU.02 : Réaliser un article sur la base d'entretiens

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une enquête, sous forme d'entretiens, qui donnera lieu à un article.**

Descriptif générique :

Pour l'article, un angle sera proposé qui permettra d'exploiter les témoignages recueillis.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique
- R3.JOU.11 | Etudes et techniques d'enquête
- R3.JOU.12 | Interlocuteurs du journalisme
- R3.JOU.15 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. SAÉ 3.JOU.03 : Produire un reportage pour le web à partir de data

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

A partir d'une analyse de données, l'objectif est de **produire un reportage pour le web**.

Descriptif générique :

Il s'agit, à partir d'une analyse de données, de produire un reportage, un article pour le web.

Ensuite, il faut défendre les choix d'optimisation de la diffusion sur le web de l'article à partir, notamment, de techniques de référencement.

Apprentissages critiques :

- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique
- R3.JOU.13 | Journalisme de données
- R3.JOU.16 | Techniques de référencement

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.JOU.08 | Droit de la presse et des médias
- R3.JOU.09 | Déontologie et éthique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

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

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaires – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

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

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'appropriier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.JOU.08 : Droit de la presse et des médias

Compétences ciblées :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens
- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

Connaître le cadre légal et réglementaire, l'étendue de la protection par le droit de la propriété intellectuelle dans les médias.

Connaître les institutions de référence.

Savoir identifier les questions et problèmes juridiques qui peuvent se présenter dans le cadre de l'exercice du métier de journaliste : protéger ses droits et ceux de tiers (droit à l'image, sources) ; respecter les droits des titulaires de droits ; connaître les règles spécifiques sur internet et la responsabilité encourue.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"

Mots clés :

propriété intellectuelle – auteur – plagiat – droit moral – droits voisins – diffamation – droit à l'image – données personnelles – protection juridique – liberté d'expression – responsabilité – réglementation – sources.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.9. Ressource R3.JOU.09 : Déontologie et éthique

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens
- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S3

Descriptif :

Cette ressource est basée sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux qui régissent la profession de journaliste.

Il s'agit de revenir sur les conditions historiques d'élaboration des normes professionnelles et éthiques auxquelles se réfèrent les journalistes en France.

Cette ressource met en perspective les grands débats d'ordre déontologique qui traversent actuellement la profession, sous l'effet conjugué de l'essor des nouvelles technologies de l'information, de l'intensification des impératifs économiques dans le secteur des médias et de la déstructuration de l'espace professionnel des journalistes.

À travers la confrontation des textes de référence avec les premières expériences professionnelles des étudiants, cette ressource a pour objectif de permettre à l'étudiant d'identifier les questions d'ordre éthique qui se posent concrètement dans les rédactions et les instruments de régulation ou d'autorégulation en cas de manquement aux règles de déontologie.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes

Mots clés :

chartes – éthique – espace professionnel – conditions de production – indépendance éditoriale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.10. Ressource R3.JOU.10 : Ecrit et oral spécifiques

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 3.JOU.01 | Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Descriptif :

Il s'agira, à l'écrit, de s'interroger sur les codes de l'écriture journalistique d'une part, et aborder l'écriture pour le web d'autre part, en abordant les spécificités qui président à la conception rédactionnelle d'un site, d'une lettre d'information numérique ou d'un journal en ligne.

Il faudra ainsi que l'étudiant soit capable d'adapter son message aux différentes cibles et aux différents supports.

À l'oral, l'accent sera porté sur l'acquisition de compétences liées à une langue de communication efficace dans les échanges professionnels. Il faudra également être capable d'argumenter à en favorisant l'emploi d'une langue adaptée aux publics cibles et au contexte.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Mots clés :

communication écrite et orale – écriture – techniques rédactionnelles – argumentation – rédaction.

Volume horaire :

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

4.3.11. Ressource R3.JOU.11 : Etudes et techniques d'enquête

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

La finalité de la ressource « Études et techniques d'enquête » est de mener des enquêtes pour recueillir et analyser des données statistiques. Ainsi, les étudiants seront amenés à élaborer une enquête sur le terrain, de la conception de l'objet de l'étude (analyse de la demande, élaboration du protocole d'enquête, échantillonnage, rédaction du questionnaire) jusqu'à l'analyse statistique des résultats d'après les données recueillies auprès de la population choisie. Cette enquête pourra s'effectuer à l'aide d'un questionnaire papier en face à face ou sous format multimédia. Les données pourront être exploitées à l'aide d'un logiciel de traitement des données. La ressource permettra aux étudiants une meilleure compréhension du traitement statistique des données en termes de contraintes et de résultats. Elle constitue une première approche des sondages.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête

Mots clés :

questionnaire – entretien – analyse statistique – analyse de contenu – recherche documentaire – traitement de données – sondages.

Volume horaire :

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

4.3.12. Ressource R3.JOU.12 : Interlocuteurs du journalisme

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

Les journalistes sont au cœur du réseau informationnel. Du fait de cette position de gate-keepers de l'information, ils ne cessent de faire l'objet de pressions diverses et de tentatives de manipulation. L'objectif de la ressource est de permettre aux étudiants d'appréhender les processus à l'œuvre et d'identifier les protocoles et appuis qui permettent aux journalistes de conserver leur autonomie. Au-delà des lieux de pouvoir et d'influence identifiés (monde politique, économique, juridique...), la société conquise par la communication crée de nouvelles formes d'influence parfois plus masquées mais non moins réelles. ONG, lobbies, simples citoyens deviennent autant de relais d'information que de manipulation. Comment agir pour obtenir une information sûre ? Comment résister à des pressions ? Comment travailler avec une éthique professionnelle dans ce contexte ? La ressource les interlocuteurs du journalisme est donc également une introduction pour les étudiants en journalisme au traitement de la complexité fondée sur une démarche et des décisions claires dans des contextes souvent ambigus.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile

Mots clés :

connaissance du milieu – analyse critique des sources – gestion des sources – pratiques professionnelles pour avoir de bons rapports avec les détenteurs d'information.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures

4.3.13. Ressource R3.JOU.13 : Journalisme de données

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data

Descriptif :

Les étudiants se familiarisent avec les méthodes de collecte (web scrapping ou collecte manuelle), de nettoyage (unification des données par exemple) et d'analyse (outils statistiques, tableurs Excel, Google sheet) et de visualisation des données (infographies et graphiques fixes ou animés) de façon manuelle et automatisée à l'aide d'outils en ligne.

Ils apprennent ce qui constitue une base de données disponibles en ligne sur des sites ressources et à créer eux-mêmes leur base de données. Ils apprennent à restituer l'information sous une forme adéquate.

La ressource permettra également de sensibiliser les étudiants à la détection de fausses informations et à appréhender les outils de vérification de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

base de données – analyse et visualisation des données – collecte – fact checking.

Volume horaire :

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

4.3.14. Ressource R3.JOU.14 : Suivi de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 3.JOU.01 | Produire une recherche sur un fait de société à l'international

Descriptif :

Sur la base des connaissances et compétences acquises en niveau 1 de la compétence 4, cette ressource doit permettre à l'étudiant d'affiner ses méthodes de suivi de l'actualité et de réfléchir aux outils qui lui permettent ce suivi. Il sera également attendu de l'étudiant qu'il soit en mesure d'aiguiser son sens critique, sa capacité à mettre en lien et en parallèle les médias consultés, tout en saisissant les enjeux stratégiques de l'information et en ayant à l'esprit la question de la ligne éditoriale.

Il sera attendu des étudiants de mettre les événements en perspective – dans le temps et dans l'espace – en enrichissant leur culture générale (histoire, politique, société...).

À travers l'exercice de la revue de presse, il développera sa finesse d'analyse et sa réflexion sur la hiérarchie de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications

Mots clés :

revue de presse – hiérarchie de l'information – ligne éditoriale – stratégies – culture générale – connaissance des médias.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 2 heures de TP

4.3.15. Ressource R3.JOU.15 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

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

- SAÉ 3.JOU.02 | Réaliser un article sur la base d'entretiens

Descriptif :

Il s'agit de permettre une première approche de l'information en termes de convergence de contenus et de développement multi-supports. Le gisement d'information devra être décliné sur l'ensemble des supports en respectant l'ensemble des codes propres à chaque support et l'intégrité informationnelle.

Il s'agit de permettre aux étudiants d'appréhender les contraintes propres à la chronologie des médias et les nécessités de convergence des supports.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Mots clés :

chronologie des médias – convergences.

Volume horaire :

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

4.3.16. Ressource R3.JOU.16 : Techniques de référencement

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 3.JOU.03 | Produire un reportage pour le web à partir de data

Descriptif :

Les techniques de référencement reposent sur la connaissance du fonctionnement des moteurs de recherche (grabbage, indexation, appariement requête / index, métadonnées), la sensibilisation à l'évolution des outils. Ces techniques sur les attentes et les pratiques de lecture des utilisateurs en termes d'accès, d'affichage mais aussi sur les évolutions (intelligence artificielle, moteurs de réponse, assistants de recherche, support d'interrogation). Une attention particulière sera portée à l'apprentissage de la titrairie web (mots clés, longueur) et des métadonnées ainsi que sur la structure d'un article web (intertitres, éléments balisés, liens hypertextes).

Apprentissage critique ciblé :

- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)

Mots clés :

moteur de recherche – indexation – référencement – métadonnées – UX Writing – UX design – ergonomie – webfirst.

Volume horaire :

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

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAÉ 4.JOU.01 Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du	SAÉ 4.JOU.02 Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion	STAGE:JOU Stage JOURNALISM	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langues vivants 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Prollet Personnel et Professionnel	R4.JOU.08 Enjeux stratégiques de l'information	R4.JOU.09 Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias	R4.JOU.10 Environnement et organisation du journalisme	R4.JOU.11 Traitement de l'information spécialisée	R4.JOU.12 Suivi de l'actualité	R4.JOU.13 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R4.JOU.14 Gestion des flux d'information numérique
Décrypter	AC21.01			X	X	X						X							
	AC21.02			X	X			X				X							
	AC21.03			X	X		X	X				X							
Partager	AC22.02			X	X				X	X	X	X							
	AC22.03			X	X				X	X	X	X							
	AC22.04			X	X	X						X							
	AC22.05			X	X		X	X				X							
Garantir	AC23.01			X	X							X	X						
	AC23.02			X	X							X	X						
	AC23.03			X	X							X		X					
	AC23.04			X	X							X		X					
	AC23.05			X	X							X		X					
Chercher	AC24.01	X	X	X	X							X				X			
	AC24.02	X	X	X	X							X				X			
	AC24.03	X	X	X	X							X				X	X		
	AC24.04	X	X	X	X							X				X			
	AC24.05	X	X	X	X							X					X		
	AC24.06	X	X	X	X							X				X	X		
Produire	AC25.01	X	X	X	X							X							X
	AC25.02	X	X	X	X							X							X
	AC25.03	X	X	X	X							X							X
	AC25.04	X	X	X	X							X							X
Valoriser2	AC26.01	X	X	X	X							X							X
	AC26.02	X	X	X	X							X							X
	AC26.03	X	X	X	X							X							X
	AC26.04	X	X	X	X							X							X
Volume total					18	18	18	20	20	20	10	5	5	5	5	5	8	5	162
Dont TP					0	0	0	10	10	10	0	0	0	0	5	2	8	5	50
Adaptation Locale (SAÉ)		44																	44
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)										60									60
TP Adaptation locale										35									35

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

5.2.1. SAÉ 4.JOU.01 : Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **conduire une enquête sociologique liée au monde des médias (accès à l'information, perception du journalisme et du journaliste...)**.

Descriptif générique :

L'enquête sociologique permettra à l'étudiant de mettre en œuvre une méthodologie scientifique (via des techniques d'entretiens, d'observation, le recueil de données scientifiques) et ainsi, de d'adopter une posture réflexive sur les phénomènes médiatiques et journalistiques contemporains.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.JOU.08 | Enjeux stratégiques de l'information
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.10 | Environnement et organisation du journalisme
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.JOU.02 : Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Compétences ciblées :

- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un reportage qui associe du texte, du son et de la vidéo pour une diffusion web.**

Descriptif générique :

Il faudra ensuite justifier la valorisation du reportage sur le web (réseaux sociaux, sites...).

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée
- R4.JOU.12 | Suivi de l'actualité
- R4.JOU.13 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R4.JOU.14 | Gestion des flux d'information numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

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

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

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

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

5.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.JOU.09 | Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias
- R4.JOU.11 | Traitement de l'information spécialisée

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

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

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Garantir une information indépendante qui participe au débat public
- Chercher les données utiles à la production de l'information
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias
- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes
- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités
- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données
- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation
- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'approprier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.JOU.08 : Enjeux stratégiques de l'information

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Descriptif :

Cette ressource prolonge le travail effectué en suivi de l'actualité et vise à développer un regard critique vis-à-vis de l'agenda et des cadrages médiatiques. À travers l'analyse de divers « cas » de couverture problématique dans l'histoire du journalisme et de thématiques importantes de l'actualité, il s'agit de travailler sur la responsabilité sociale des journalistes ainsi que sur la relation entre information et démocratie. Est questionné le rapport des médias aux objets d'actualité, aux sources et aux publics. Sont également envisagés les enjeux locaux, nationaux et internationaux de l'information en termes de diffusion. Une attention particulière est portée aux agences de presse ainsi qu'aux médias transnationaux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Qualifier les manquements à la déontologie
- AC23.02 | Assimiler le droit des médias

Mots clés :

discours – cadrages – déontologie – responsabilité sociale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.9. Ressource R4.JOU.09 : Sociologie, stéréotypes et discriminations dans les médias

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

Les journalistes travaillent tous les jours à rendre compte de l'actualité à travers des mots, des images, des lieux et des personnes mises en avant. Ces choix éditoriaux contribuent à façonner les représentations collectives de notre société.

Le journalisme a donc une responsabilité sociale dans la lutte contre les stéréotypes visant les populations placées en position subalterne telle que les femmes, les minorités racisées ou encore les catégories populaires.

Définis comme « un ensemble de croyances à propos d'un groupe social » (Légal, Delouée, 2015), les stéréotypes sont des élaborations collectives transmises et apprises lors d'expériences de socialisation. Ils sont intériorisés au point d'être souvent maniés de façon inconsciente. Les contenus médiatiques simplistes, caricaturaux ou partiels qui en découlent participent à renforcer les inégalités et les discriminations.

Partant de ce constat, cette ressource a pour objectif d'apporter aux étudiants en journalisme les connaissances et les outils leur permettant de réfléchir aux représentations que leurs productions véhiculent. L'enjeu est de tendre vers un traitement complexifié, nuancé et égalitaire des groupes sociaux et des individus.

Seront notamment abordées les questions du vocabulaire employé, de la diversité des sources et des personnes citées en tant qu'experts, ainsi que des cadrages médiatiques récurrents.

Cette ressource inclut la présentation des chartes déjà existantes sur ces enjeux dans diverses rédactions et associations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.05 | Adopter des formes d'écriture respectueuses des diversités

Mots clés :

stéréotypes – genre – minorités – déontologie – représentations médiatiques.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.10. Ressource R4.JOU.10 : Environnement et organisation du journalisme

Compétence ciblée :

- Garantir une information indépendante qui participe au débat public

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

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme

Descriptif :

L'objectif de la ressource « Environnement et organisation du journalisme » est de permettre à l'étudiant de comprendre les modalités et moyens des relations de travail dans l'entreprise médiatique et autour d'elle. Il s'agira dans un premier temps de situer le personnel et sa hiérarchie dans l'entreprise médiatique, de s'interroger sur son organisation mais aussi de réfléchir à la gestion des ressources humaines plus généralement. Un regard plus spécifique sera porté sur une fonction Ressources Humaines devenue omniprésente, sur les syndicats et leur place dans les entreprises de presse. La ressource permettra de comprendre comment peut et/ou doit s'instaurer le dialogue social en vue de la gestion des conflits ou lors de procédures de négociation. Les spécificités des entreprises de presse en relation avec le statut des journalistes (notamment les pigistes) seront abordées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.03 | Repérer les organisations de défense des droits des journalistes
- AC23.04 | Appréhender les procédures à suivre pour défendre les droits des journalistes

Mots clés :

ressources humaines – syndicats – usagers – droits – conflits – négociation – statuts.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures

5.3.11. Ressource R4.JOU.11 : Traitement de l'information spécialisée

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 4.JOU.01 | Réaliser une enquête sociologique en lien avec les médias et/ou les métiers du journalisme
- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S4
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S4

Descriptif :

À partir de grands champs thématiques comme l'environnement, la santé, le social, il s'agira de présenter des pratiques spécifiques de journalisme comme le journalisme de solutions, le journalisme scientifique et diverses formes de journalisme spécialisé selon les ressources disponibles. Une attention particulière sera systématiquement portée aux discours des experts, aux questions des polémiques scientifiques mais également aux attentes de lectorats particuliers comme les enfants.

On s'attachera également à décrire des pratiques de co-construction de l'information avec les citoyens.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Développer son réseau de contacts institutionnels et individuels
- AC24.02 | Extraire les informations principales à partir de données ouvertes (open data)
- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.04 | Rechercher l'information en milieu hostile
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données

Mots clés :

journalisme de solution – vulgarisation scientifique et technique.

Volume horaire :

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

5.3.12. Ressource R4.JOU.12 : Suivi de l'actualité

Compétence ciblée :

- Chercher les données utiles à la production de l'information

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

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Les étudiants se familiarisent avec les méthodes, la rigueur et les routines de suivi d'actualité à travers la mise en œuvre d'une veille informationnelle.

Ils apprennent, en premier lieu, à organiser ce suivi en répertoriant, classant et différenciant les médias et les agences de presses consultés. Ils apprennent, en second lieu, à restituer ce suivi, notamment sous la forme de dossiers de presse ou de revues de presse.

À travers cette ressource, les étudiants développent une appétence pour l'actualité et acquièrent des compétences critiques dans leur lecture de l'actualité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.03 | Recouper les informations et approfondir les vérifications
- AC24.05 | Utiliser les outils de techniques d'enquête
- AC24.06 | Expérimenter des actions des crowdsourcing et de journalisme de données

Mots clés :

veille informationnelle – référencement des médias – flux d'informations – revue de presse.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 5 heures dont 2 heures de TP

5.3.13. Ressource R4.JOU.13 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

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

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Adapter l'écriture journalistique aux différents réseaux sociaux en prenant en compte les formats courts, l'écriture en « live », la mise en œuvre de la protection du droit des personnes en situation ; élaborer des stratégies d'interaction et de commentaire. Utiliser chaque réseau social avec ses codes spécifiques. Pratiquer des écritures « agiles » de type MOJO. Cibler des publics. Intégrer les réseaux sociaux dans une couverture média globale.

Dans le cadre de cette ressource :

- La maîtrise des formats médiatiques audiovisuels adaptés à l'environnement web (vidéos courtes, rythmées, sous-titrées, avec insertion d'éléments graphiques destinés à faciliter le visionnage) est nécessaire ;
- L'exploration des relations entre les journalistes et leurs publics est également encouragée par la mise en ligne des vidéos produites et la gestion de la communauté des éventuels followers ;
- La cohérence des différentes vidéos au sein du média (ligne éditoriale, ton, identité visuelle, thématiques...) est visée.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Mettre en forme l'information selon les formats, genres et supports
- AC25.02 | Prendre en compte les publics dans l'écriture journalistique
- AC25.03 | Développer les compétences techniques
- AC25.04 | Mettre en forme des données par datavisualisation

Mots clés :

formats courts – réseaux sociaux – live – mobile journalism (MOJO).

Volume horaire :

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

5.3.14. Ressource R4.JOU.14 : Gestion des flux d'information numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 4.JOU.02 | Produire un reportage multimédia et proposer une stratégie de diffusion

Descriptif :

Suivre des flux et collecter de l'information (agrégateur de flux RSS, réseaux sociaux, podcast, verbatim d'entretiens)

Étudier une situation complexe (controverses scientifiques, politiques...) à partir d'un corpus d'informations collectées (via un flux d'informations).

Appréhender les principales caractéristiques des différents réseaux sociaux tant du point de vue des contenus proposés que des types de forum et plus généralement d'interactions proposées.

De manière générale, cette ressource a pour objectif l'analyse et l'appropriation des codes du journalisme dans l'environnement des médias sociaux (Brut, AJ+, Konbini, Vice, Explicite, Monkey, Loopsider...)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC26.01 | S'initier aux outils de collecte, gestion, diffusion et mesure des flux d'information
- AC26.02 | Respecter le droit de l'information, les droits d'auteur, les "creative commons"
- AC26.03 | S'appropriier les outils de référencement (SEO)
- AC26.04 | Sécuriser les données et préserver l'anonymat des sources

Mots clés :

flux d'information – supports – médias sociaux.

Volume horaire :

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

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 5.JOU.01 Préparer la réalisation d'un reportage	SAE 5.JOU.02 Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale	PORTFOLIO Portfolio JOURNAL	RS.01 Sciences de l'information et de la communication	RS.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	RS.03 Responsabilité sociale des organisations	RS.04 Projet personnel et professionnel	RS.JOU.05 Anglais des médias	RS.JOU.06 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	RS.JOU.07 Data-visualisation	RS.JOU.08 Stratégies de diffusion	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X			X					
	AC31.02	X	X	X		X		X					
	AC31.03	X	X	X			X	X					
Produire	AC35.01	X	X	X				X	X	X			
	AC35.02	X	X	X				X	X	X			
	AC35.03	X	X	X				X		X			
Valoriser2	AC36.01	X	X	X				X		X	X		
	AC36.02	X	X	X				X		X			
	AC36.03	X	X	X				X				X	
	AC36.04	X	X	X				X		X	X	X	
Volume total					15	15	20	10	16	72	20	18	186
Dont TP					0	0	0	0	8	72	10	0	90
Adaptation Locale (SAE)		50											50
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)							74						74
TP Adaptation locale							45						45

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

6.2.1. SAÉ 5.JOU.01 : Préparer la réalisation d'un reportage

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans l'optique de produire un magazine, l'objectif est de **chercher un sujet d'enquête, un angle et des sources ; prendre des contacts, réaliser des interviews et collecter des données et des images.**

Descriptif générique :

Dans cette Saé, l'étudiant devra réfléchir à un sujet d'enquête, en faire évoluer le contenu et l'angle par la prise de contact auprès d'un réseau d'experts identifiés, par un travail de veille informationnelle, et la prise en compte d'une ligne éditoriale et de contraintes organisationnelles. La Saé lui permettra de mobiliser les techniques journalistiques et éditoriales apprises.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédias en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.JOU.06 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R5.JOU.07 | Data-visualisation
- R5.JOU.08 | Stratégies de diffusion

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.JOU.02 : Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un travail approfondi de recherche en lien avec l'actualité internationale afin d'en saisir les enjeux (médiatiques, sociaux, politiques, économiques...)**.

Descriptif générique :

Afin de produire un travail d'enquête journalistique sur une actualité internationale, l'étudiant devra mobiliser des ressources pertinentes qui lui permettront d'obtenir les informations adéquates, tout en lui permettant de décrypter les enjeux médiatiques, sociaux ou économiques de la situation ou de l'événement rapportés.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.JOU.05 | Anglais des médias

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.JOU.08 | Stratégies de diffusion

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

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

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

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

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

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

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.JOU.05 : Anglais des médias

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

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

- SAÉ 5.JOU.02 | Produire une recherche en lien avec l'actualité internationale

Descriptif :

L'anglais des médias vise à la fois des compétences linguistiques et culturelles. Il s'agit en premier lieu d'acquérir et maîtriser le lexique spécialisé du domaine d'étude, que ce soit le vocabulaire de la presse anglo-saxonne mais aussi le lexique spécialisé utilisé dans les différents types de médias (on pensera par exemple au vocabulaire technique de l'audiovisuel et du numérique). L'accent sera porté sur l'appropriation des spécificités culturelles anglo-saxonnes afin de réfléchir à leur transposition en français, afin d'éviter les contre-sens et les calques (sur le plan linguistique) et les clichés et stéréotypes (sur le plan culturel). L'étude d'articles de presse issus de journaux anglo-saxons permettra de mettre l'accent sur les spécificités de leur construction et de leur écriture. Enfin, l'accent sera mis sur les différents types de presse (presse de qualité – broadsheet papers / presse populaire – tabloids) en proposant aux étudiants un panorama des grands titres anglo-saxons.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)

Mots clés :

culture anglo-saxonne – langue de spécialité – interculturalité – communication écrite et orale.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 8 heures de TP

6.3.6. Ressource R5.JOU.06 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétences ciblées :

- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage

Descriptif :

Revenir à un journalisme incarné et sensible pour se différencier des écritures robotisées. Décliner l'approche en télévision, radio et web. Pratiquer le reportage incarné à hauteur de femmes et d'hommes. Développer un journalisme narratif sans storytelling. Valoriser le partage et la transmission de l'information. Développer le journalisme de solutions.

Aborder les questions de vitesse de récit et notamment le récit lent (slow journalism, story scrolling).

Interroger les formes alternatives de représentation de l'information (bande dessinée, écritures augmentées, modes de discours).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Histoire – journalisme narratif – journalisme de solutions.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 72 heures dont 72 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.JOU.07 : Data-visualisation

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage

Descriptif :

- Proposer une réutilisation visuelle aux données avec l'aide d'outils de cartographie, outils interactifs de graphiques (time line, bar chart, line chart, bubble chart et treemap, pictogrammes, rada char, bar chart race).
- Identifier les biais liés aux modèles de l'analyse et de la visualisation de données.
- Identifier les formats de visualisation appropriés aux données qu'on souhaite représenter.
- Raconter une histoire dans laquelle la visualisation de données fait jeu égal avec le texte à l'aide de techniques de codes (html, css, javascript), de scrollytelling, de conception de modules interactifs et d'infographies animées ainsi que de cartographies interactives.
- Concevoir un récit interactif qui mêle texte et data-visualisation.
- Identifier la thématique,
- Recueillir les données, savoir les mettre en forme pour le récit.

La ressource doit permettre aux étudiants d'avoir une représentation mentale de l'ensemble des contraintes et possibilités d'information et d'expression liées à l'analyse et la visualisation des données.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

sémiologie graphique – biais cognitifs – dataviz project – modules interactifs – infographies animées – cartographies interactives.

Volume horaire :

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

6.3.8. Ressource R5.JOU.08 : Stratégies de diffusion

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 5.JOU.01 | Préparer la réalisation d'un reportage
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S5

Descriptif :

En corrélation avec l'essor et l'évolution des technologies, le développement des plateformes de partage de contenu et l'émergence de nouveaux types et formats médiatiques a une influence sur la manière non seulement de produire l'information mais aussi de la diffuser. Cette ressource permettra de mettre l'accent sur l'arrivée de nouveaux acteurs et modèles médiatiques (en grande partie en lien avec l'avènement des réseaux et médias sociaux), le déploiement de nouveaux business models ou la multiplication des canaux et réseaux de diffusion afin de réfléchir aux problématiques liées à la diffusion de l'information. Pour l'étudiant en journalisme, il s'agira de s'interroger sur la manière de valoriser son travail mais aussi, plus largement, de réfléchir au rôle et la place du journaliste que ce soit au niveau de l'incarnation, de la visibilité ou vis-à-vis du public cible. L'accent pourra être porté sur les stratégies de publication des journalistes sur internet ainsi que sur les questions de concurrence qui se trouvent au cœur de la réflexion menée par les entreprises de presse afin de conserver leur audience et, in fine, l'étendre.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

diffusion – valorisation – influence – réseaux – technologies de l'information.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAÉ 6.JOU.01 Produire un maga (print, web, radio, télévision)	STAGE.JOU Stage JOURNALISM	PORTFOLIO Portfolio JOURNALI	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.JOU.04 Anglais des médias	R6.JOU.05 Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)	R6.JOU.06 Cultures numérique	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X		X				
	AC31.02	X	X	X		X	X				
	AC31.03	X	X	X			X				
Produire	AC35.01	X	X	X			X	X	X		
	AC35.02	X	X	X			X	X	X		
	AC35.03	X	X	X			X		X		
Valoriser2	AC36.01	X	X	X			X		X	X	
	AC36.02	X	X	X			X		X		
	AC36.03	X	X	X			X		X		
	AC36.04	X	X	X			X		X	X	
Volume total				15	15	10	15	35	6	96	
Dont TP				0	0	0	15	35	6	56	
Adaptation Locale (SAÉ)		26								26	
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)						38				38	
TP Adaptation locale						35				35	

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

7.2.1. SAÉ 6.JOU.01 : Produire un magazine (print, web, radio, télévision)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire un magazine**.

Descriptif générique :

Il s'agit d'élaborer un projet éditorial allant de la conception à la diffusion.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.JOU.05 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R6.JOU.06 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. STAGE.JOU : Stage JOURNALISME S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédias en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.JOU.04 | Anglais des médias
- R6.JOU.05 | Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)
- R6.JOU.06 | Culture numérique

7.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6
- PORTFOLIO | Portfolio JOURNALISME S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

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

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.JOU.04 : Anglais des médias

Compétence ciblée :

- Produire une information construite

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

- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Dans le prolongement des ressources dispensées au semestre 5, les étudiants devront poursuivre leur découverte et approfondir leur connaissance des médias anglo-saxons.

L'étude d'articles pourra permettre d'acquérir davantage de vocabulaire thématique en lien avec les enjeux du monde contemporain (politique, économie, environnement, justice...). L'accent pourra également être mis sur des points civilisationnels importants (fonctionnement des institutions, système électoral, événements historiques, organisation de la société...).

Sur le plan linguistique, des exercices de compréhension et expression orales permettront de développer la fluidité de l'expression dans un contexte professionnel (par exemple, lors de l'interview de sources anglophones).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)

Mots clés :

culture anglo-saxonne – langue de spécialité – interculturalité – communication écrite et orale.

Volume horaire :

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

7.3.5. Ressource R6.JOU.05 : Écritures et techniques journalistiques (presse, web, radio, TV, Photo)

Compétences ciblées :

- Produire une information construite
- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 6.JOU.01 | Produire un magazine (print, web, radio, télévision)
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Il s'agit, à partir de formats longs (long read), de développer un journalisme d'investigation fondé sur l'enquête et développer dans cet esprit une publication numérique associée à un reportage audiovisuel qui mette en œuvre l'approche en contenu et la convergence journalistique. Cette première approche du journalisme d'enquête et des méthodes propres à l'investigation doit permettre de rendre compte des difficultés rencontrées et des modèles de remédiation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Concevoir un projet éditorial (magazine print, radio, télévision, web)
- AC35.02 | Élaborer un récit journalistique complexe (journalisme narratif, multimédia...)
- AC35.03 | Optimiser les techniques journalistiques
- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.02 | Anticiper les risques liés à l'exposition médiatique traditionnelle ou numérique
- AC36.03 | Développer l'e-réputation
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

enquête – investigation – réseaux sociaux.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 35 heures dont 35 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.JOU.06 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage

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

- SAÉ 6.JOU.01 | Produire un magazine (print, web, radio, télévision)
- STAGE.JOU | Stage JOURNALISME S6

Descriptif :

Sur un plan théorique, l'objectif de cette ressource est de permettre aux étudiants de mieux percevoir les acteurs et les enjeux de la transition numérique.

Une généalogie d'Internet et du web permet d'appréhender l'héritage technique et idéologique des pionniers, les transformations produites dans l'organisation du travail, la manière dont le marché s'est imposé dans les mondes numériques, les tensions qui parcourent ces derniers.

Une approche plus sociologique permet d'éclairer les dynamiques des communautés en ligne et des réseaux sociaux numériques, de mettre en perspective les usages et les usagers du web.

L'économie des plateformes (GAFAM, BATX) est étudiée par le prisme de l'économie de l'attention et de la donnée (big data, algorithmes). Le positionnement de médias numériques, nativement ou pas, dans cet environnement est également observé.

Sur un plan pratique, cette ressource a pour objectif la conception et la mise en œuvre d'un projet éditorial de média numérique destiné aux réseaux sociaux numériques. On vise en priorité la maîtrise des formats médiatiques audiovisuels adaptés à l'environnement web (vidéos courtes, rythmées, sous-titrées, avec insertion d'éléments graphiques destinés à faciliter le visionnage)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC36.01 | Valoriser l'information par la diffusion de contenus cross et transmédiés en créant des synergies entre les différents canaux de diffusion
- AC36.04 | Gérer, en interaction avec les publics, la diffusion de l'information sur le web et les réseaux sociaux (Tweet-Deck...)

Mots clés :

réseaux sociaux numériques – engagement des publics – logiciel libre – communautés – identité en ligne – espace public – fake news – civic tech – économie de l'attention – digital labour – open data – big data – algorithmes.

Volume horaire :

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

Chapitre 5.

Parcours : Métiers du livre et du patrimoine

- 1. Structure générale des six semestres du parcours Métiers du livre et du patrimoine**

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

Pour le parcours : Métiers du livre et du patrimoine

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	380	345	340	265	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	88	82	136	106	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	44	26	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	44	56	81	62	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	292	263	204	159	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	98	77	64	62	48	24	425
Nbre heures de tp à définir localement	8	8	16	10	10	0	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 1.01 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation. SAE 1.02 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation français et langue SAE 1.MLP.03 Suivre l'actualité du livre et du patrimoine SAE 1.MLP.04 Découvrir des lieux culturels	PORTFOLIO Portfolio MLP S1	R1.01 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R1.02 Histoire des médias	R1.03 Sciences de l'information et de la communication	R1.04 Études des organisations	R1.05 Recherche d'information et veille	R1.06 Anglais	R1.07 Langue vivante 2	R1.08 Expression écrite et orale	R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO)	R1.10 Informatique	R1.11 Web	R1.12 Projet personnel et professionnel	R1.MLP.13 Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine	R1.MLP.14 Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle	R1.MLP.15 Paysage culturel et éditorial	R1.MLP.16 Conception graphique	R1.MLP.17 Gestion de projet	R1.MLP.18 Communication des organisations culturelles
	AC11.01		X	X	X										X						
	AC11.02	X	X			X									X						
	AC11.03	X	X				X	X							X						
	AC12.01		X					X							X						
	AC12.02		X						X	X	X				X						
	AC12.03		X									X	X	X	X						
	AC12.04		X			X									X						
	AC13.01			X											X	X		X			
	AC13.02			X											X		X				
	AC13.03														X		X				
	AC13.04														X		X	X			
	AC14.01				X	X									X						
	AC14.02				X	X									X						
	AC14.03				X	X									X					X	X
	AC14.04				X	X									X					X	X
Volume total				15	10	22	14	14	18	18	18	13	13	13	10	20	20	22	20	17	15
Dont TP				0	0	0	0	5	9	9	9	8	8	10	5	0	5	5	20	5	0
Adaptation Locale (SAE)		48																			48
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)														38							38
TP Adaptation locale														16							16

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

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

Compétence ciblée :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

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

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

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

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.MLP.03 : Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **suivre le parcours d'un auteur, d'un livre, d'une exposition, d'un dispositif de médiation, d'une manifestation etc., en identifiant les relais médiatiques, les acteurs impliqués, notamment institutionnels, les espaces d'appropriation ou de médiation avec le public, pour en suivre l'attrait auprès des publics au moyen d'indicateurs à définir.**

Descriptif générique :

Au moment de la rentrée littéraire, culturelle et artistique, ce type d'observation sur le temps long est indispensable dans les activités des agents littéraires, médiateurs, éditeurs et journalistes spécialisés.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.MLP.13 | Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine
- R1.MLP.14 | Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle
- R1.MLP.15 | Paysage culturel et éditorial

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.MLP.04 : Découvrir des lieux culturels

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **découvrir des lieux culturels, leur mise en espace de l'offre, les pratiques de leurs usagers, pour exercer son regard critique, par une visite réelle ou virtuelle.**

Descriptif générique :

Cette démarche est une propédeutique à la phase de création de dispositifs de médiation.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.MLP.15 | Paysage culturel et éditorial
- R1.MLP.17 | Gestion de projet
- R1.MLP.18 | Communication des organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel
- R1.MLP.16 | Conception graphique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

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

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

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

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Cette ressource vise à :

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

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

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

S'approprier la formation

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

Découvrir les métiers et connaître le territoire

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

Se projeter dans son environnement professionnel

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

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

2.3.13. Ressource R1.MLP.13 : Initiation à la socio-économie du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Descriptif :

Les contenus enseignés sont : présentation et analyse des différents métiers du livre et du patrimoine au sein de leur écosystème, dans une approche socioéconomique.

Le développement d'une offre culturelle fait intervenir différents acteurs et organisations, participant au sein d'un même écosystème, à la production proprement dite de cette offre ou à sa mise à disposition auprès de publics et d'utilisateurs.

La prise en compte de l'écosystème vise à montrer les articulations et interdépendances entre ces acteurs et organisations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique

Mots clés :

socio-économie – écosystème – domaines culturels – métiers du livre et du patrimoine

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

2.3.14. Ressource R1.MLP.14 : Initiation à la littérature et à l'histoire culturelle

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'appréhender l'offre culturelle en fournissant des éléments de contextualisation et des repères historiques. Les littératures sont abordées dans leur ancrage historique aussi bien que contemporain. Elles sont pensées à travers les courants littéraires et les systèmes d'idées auxquels elles appartiennent.

Elles pourront également être abordées d'un point de vue de l'analyse littéraire (analyse d'une œuvre et de sa réception, appréhension d'un courant littéraire, définition d'un genre, etc.) L'histoire culturelle recouvre différentes ressources : l'histoire du livre, l'histoire du patrimoine, l'histoire publique, l'histoire des arts, des sciences et des idées.

L'histoire du livre abordera l'évolution du livre et de ses usages. Elle vise à faire acquérir une culture historique du livre, du papyrus au numérique.

L'histoire du patrimoine, des arts, des sciences et des idées abordera les grands courants de la pensée et l'histoire des sociétés humaines à travers notamment les notions de patrimoine et processus de patrimonialisation ; de nouvelle muséologie et initiation à l'Histoire des courants artistiques et scientifiques.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Mots clés :

Offre culturelle – repères historiques – livre – patrimoine – littératures

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 5 heures de TP

2.3.15. Ressource R1.MLP.15 : Paysage culturel et éditorial

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 1.MLP.03 | Suivre l'actualité du livre et du patrimoine
- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

Les politiques des organisations artistiques et culturelles visent à produire une offre de biens et services culturels et à la rendre disponible auprès de différents publics et marchés.

La présentation des secteurs et des acteurs concernés par un même écosystème permet d'identifier et d'analyser la diversité des politiques de développement de l'offre.

Les contenus enseignés sont les suivants.

- Présentation de la production éditoriale et des différents secteurs éditoriaux.
- Analyse de la structure du secteur de l'édition et de ses principaux acteurs.
- Présentation du commerce du livre, des diverses formes de vente et des grandes enseignes ainsi que des différentes modalités de mise à disposition de l'offre auprès des usagers.
- Approche de l'écosystème partagé par les différentes organisations culturelles étudiées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Mots clés :

écosystème – commerce du livre – production éditoriale – secteur de l'édition – organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures dont 5 heures de TP

2.3.16. Ressource R1.MLP.16 : Conception graphique

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S1

Descriptif :

Cette ressource est une initiation à la conception graphique. Elle intervient en amont des enseignements techniques qui auront pour but de permettre aux étudiants de créer des objets de communication visuelle (affiches, logotypes, livres, signalétiques, brochures, site web...).

Elle est en ce sens une approche théorique des règles de composition qui permettra aux étudiants tout au long de leur formation, de créer, choisir et utiliser des éléments graphiques pour élaborer des outils de communication culturelle.

Il s'agira de les accompagner dans la compréhension des règles de design graphique : mise en page, typographie, images, formes, couleurs, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports

Mots clés :

communication visuelle – règles de composition – design graphique

Volume horaire :

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

2.3.17. Ressource R1.MLP.17 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de proposer une initiation à la gestion de projet.

Cette ressource aborde d'un point de vue méthodologique la conduite de projet. Elle permet de sensibiliser les étudiants à l'importance de la dynamique de groupe (motivation, implication, gestion de crise) pour créer une synergie permettant une amélioration continue de la stratégie de projet.

Il s'agit pour l'étudiant de comprendre l'intérêt de mener une démarche construite de gestion de projet, d'identifier les acteurs de la démarche de projet (commanditaires, maître d'œuvre, comité de pilotage) et de comprendre comment mettre en forme les documents à destination des partenaires :

- analyse de la situation (SWOT et organigramme),
- cahier des charges.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Travail collaboratif – méthodologie de projet – stratégie – commande – partenariat – cahier des charges – SWOT

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 17 heures dont 5 heures de TP

2.3.18. Ressource R1.MLP.18 : Communication des organisations culturelles

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 1.MLP.04 | Découvrir des lieux culturels

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de former les étudiants à concevoir des stratégies cohérentes de communication pour des organisations culturelles.

À cette fin, les étudiants seront tout d'abord sensibilisés aux spécificités, aux étapes et aux normes des stratégies de communication dans le cadre des organisations culturelles.

Les étudiants seront également formés aux différents outils, méthodes et techniques pouvant les accompagner dans la conduite de ce genre de stratégies.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

stratégie de communication – organisations culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAÉ 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAÉ 2.02 Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	SAÉ 2.MLP.03 Concevoir un événement ou une médiation	STAGE MLP Stage MLP S2	PORTFOLIO Portfolio MLP S2	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie, ...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.MLP.11 Socié-économie du livre et du patrimoine	R2.MLP.12 Littérature et histoire culturelle	R2.MLP.13 Outils et techniques professionnels décalés	R2.MLP.14 Relation client et accueil du public	R2.MLP.15 Gestion de projet
Décrypter	AC11.01	X	X		X	X	X	X	X	X						X					
	AC11.02				X	X										X					
	AC11.03				X	X		X								X					
Partager	AC12.01	X			X	X										X					
	AC12.02		X		X	X					X	X	X	X		X					
	AC12.03				X	X										X					
	AC12.04	X			X	X									X	X					
Développer	AC13.01			X	X	X										X	X	X			
	AC13.02				X	X										X		X			
	AC13.03			X	X	X										X					
	AC13.04			X	X	X										X					
Organiser	AC14.01				X	X										X			X		
	AC14.02			X	X	X										X					X
	AC14.03			X	X	X										X				X	X
	AC14.04			X	X	X										X				X	X
Volume total						18	18	20	14	20	20	20	20	15	15	10	20	24	20	17	12
Dont TP						0	0	0	0	6	6	6	6	6	0	5	5	5	18	10	10
Adaptation Locale (SAÉ)				38																	
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)												48									
TP Adaptation locale												16									

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

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

Compétences ciblées :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

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

Compétences ciblées :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

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

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

Descriptif générique :

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

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.MLP.03 : Concevoir un évènement ou une médiation

Compétences ciblées :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir une manifestation culturelle au sein d'une structure.**

Descriptif générique :

En s'appuyant sur des connaissances en techniques spécifiques, gestion de projet, économie des organisations, médiation/communication, il s'agit de répondre à une commande de conception d'un projet de médiation/médiatisation d'un évènement ou d'une institution culturelle.

Il faut analyser l'offre existante et imaginer un dispositif de médiation/médiatisation adapté au public spécifique de cet acteur, en appliquant les principes de base de la communication.

Toutes les déclinaisons éditoriales envisagées seront précisées.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.MLP.11 | Socio-économie du livre et du patrimoine
- R2.MLP.12 | Littérature et histoire culturelle
- R2.MLP.13 | Outils et techniques professionnels dédiés
- R2.MLP.14 | Relation client et accueil du public
- R2.MLP.15 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. STAGE.MLP : Stage MLP S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

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

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

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

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

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

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

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

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

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

S'approprier la formation

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

Découvrir les métiers et connaître le territoire

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

Se projeter dans son environnement professionnel

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
- AC13.03 | Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
- AC13.04 | Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)
- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

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

3.3.11. Ressource R2.MLP.11 : Socio-économie du livre et du patrimoine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

Le développement d'une offre culturelle fait intervenir différents acteurs et organisations, participant au sein d'un même écosystème, à la production proprement dite de cette offre ou à sa mise à disposition auprès de publics et d'utilisateurs.

La prise en compte de l'écosystème vise à montrer les articulations et interdépendances entre ces acteurs et organisations.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique

Mots clés :

écosystème – domaines culturels – socio-économie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 5 heures de TP

3.3.12. Ressource R2.MLP.12 : Littérature et histoire culturelle

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est d'appréhender l'offre culturelle en fournissant des éléments de contextualisation et des repères historiques. Les littératures sont abordées dans leur ancrage historique aussi bien que contemporain. Elles sont pensées à travers les courants littéraires et les systèmes d'idées auxquels elles appartiennent.

Elles pourront également être abordées d'un point de vue de l'analyse littéraire (analyse d'une œuvre et de sa réception, appréhension d'un courant littéraire, définition d'un genre, etc.) L'histoire culturelle recouvre différentes ressources : l'histoire du livre, l'histoire du patrimoine, l'histoire publique, l'histoire des arts, des sciences et des idées.

L'histoire du livre abordera l'évolution du livre et de ses usages. Elle vise à faire acquérir une culture historique du livre, du papyrus au numérique.

L'histoire du patrimoine, des arts, des sciences et des idées abordera les grands courants de la pensée et l'histoire des sociétés humaines à travers notamment les notions de patrimoine et processus de patrimonialisation ; de nouvelle muséologie et initiation à l'Histoire des courants artistiques et scientifiques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
- AC13.02 | Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)

Mots clés :

écosystème – domaines culturels – repères historiques – livre – patrimoine – littératures

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.MLP.13 : Outils et techniques professionnels dédiés

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

S'appuyant sur une connaissance des enjeux et de la gestion documentaires, il s'agit de présenter aux étudiants les outils spécifiques qui participent de la "professionnalité" spécifique des domaines culturels (bibliothèques, librairies, maisons d'édition, structures du patrimoine).

Les étudiants devront pouvoir identifier, utiliser et analyser plusieurs de ces outils et techniques, comme par exemple les techniques de d'indexation et de catalogage selon les normes bibliothéconomiques ou muséales, la valorisation des métadonnées éditoriales (base Electre), ou l'utilisation de logiciels de gestion de librairie.

Le choix des outils et techniques présentés sera fait en cohérence avec l'approfondissement plus important des spécificités propres à un ou plusieurs métiers du livre et du patrimoine proposé par chaque établissement, afin d'apprendre aux étudiants à connaître et utiliser des

outils professionnels spécifiques à un ou plusieurs métiers (sites web, catalogues, bases de données, etc.), ainsi qu'à les situer dans l'environnement global des métiers du livre et du patrimoine.

Selon la ou les spécialités professionnelles choisies. – Langages documentaires dans leur diversité (langage documentaire précoordonné, postcoordonné ; classification Dewey, CDU avec quelques exemples pratique d'indexation ; indexation Rameau - présentation simple sans attente d'une maîtrise pratique de l'indexation) – SIGB : base de données bibliographiques gratuites et payantes outils de gestion des librairies et musées catalogues, bases de données éditoriales

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.01 | Décrire l'offre par les métadonnées (découvrir les différentes bases de données, leur intérêt et leur portée, ainsi que les métadonnées y figurant, en saisir globalement les enjeux pour les usages professionnels)

Mots clés :

base de données – langage documentaire – classification – indexation – outils de gestion – métadonnées

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 18 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.MLP.14 : Relation client et accueil du public

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est la formation à l'accueil des publics : clients ou usagers.

Il s'agit d'y décliner l'ensemble des situations de communication et/ou de médiation adaptées à la vente des livres et aux services liés aux biens culturels. Cette ressource propose donc l'apprentissage des techniques de vente et d'accueil des publics, de gestion de la relation clientèle, de la mise en œuvre de stratégies de médiation.

Elle sensibilise également les étudiants à la diversité des publics et des clientèles. L'étudiant apprend comment mener une vente à son terme et/ou comment procéder à l'accueil des usagers.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Vente – Techniques de vente – Accueil – Gestion – Clientèle – Usagers – Services – communication

Volume horaire :

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

3.3.15. Ressource R2.MLP.15 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 2.MLP.03 | Concevoir un évènement ou une médiation

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de comprendre l'intérêt de mener une démarche construite de gestion de projet et de comprendre comment mettre en forme les documents à destination des partenaires :

- budget prévisionnel,
- rétro planning (GANTT),
- processus d'évaluation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.02 | Appréhender les logiques de mise en espace de l'offre (ranger, classer, identifier les pôles, etc.)
- AC14.03 | Se sensibiliser au relationnel clients et usagers pour être à même d'accueillir, de conseiller ou de vendre un bien culturel, et ce, avec bienveillance et professionnalisme
- AC14.04 | Identifier les supports, médias et canaux de communication ainsi que les diverses situations de communication et d'interaction où ils sont mobilisés

Mots clés :

Travail collaboratif – méthodologie de projet – budget – planning – évaluation – diagramme de Gantt

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 3.MLP.01 Réaliser un événement ou une médiation	SAE 3.MLP.02 Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle	PORTFOLIO Portfolio MLP S3	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3.MLP.08 Histoire et politiques culturelles	R3.MLP.09 Littérature, arts et sciences : perspective historique	R3.MLP.10 Techniques spécifiques	R3.MLP.11 Médiation et communication	
Décrypter	AC21.01	X		X	X	X					X					
	AC21.02		X	X			X				X					
	AC21.03	X	X	X							X					
Partager	AC22.02	X	X	X				X	X	X	X					
	AC22.03		X	X				X	X	X	X					
	AC22.04		X	X	X	X					X					
	AC22.05						X				X					
Développer	AC23.01	X		X							X	X				
	AC23.02										X	X	X			
	AC23.03		X	X							X					
	AC23.04										X			X		
	AC23.05	X		X							X			X		
	AC23.06		X	X							X					
Organiser	AC24.01	X	X	X							X					
	AC24.02	X		X							X					X
	AC24.03		X	X							X					X
	AC24.04	X	X	X							X					
Gérer	AC25.01		X	X							X					
	AC25.02	X		X							X			X		
	AC25.03		X	X							X					
	AC25.04	X	X	X							X					
Volume total				20	30	20	20	20	20	10	18	18	18	10	204	
Dont TP				0	0	0	10	10	10	0	5	5	18	6	64	
Adaptation Locale (SAE)		55													55	
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								81							81	
TP Adaptation locale								45							45	

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

4.2.1. SAÉ 3.MLP.01 : Réaliser un évènement ou une médiation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **planifier une manifestation culturelle au sein d'une structure et s'intégrer activement au travail de valorisation des fonds au sein d'une entreprise culturelle.**

Descriptif générique :

En s'appuyant sur des connaissances en techniques spécifiques, gestion de projet, économie des organisations, médiation/communication, il s'agit de répondre à une commande de conception d'un projet de médiation/médiatisation d'un évènement ou d'une institution culturelle.

Il faut analyser l'offre existante et réaliser un dispositif de médiation/médiatisation adapté au public spécifique de cet acteur, en appliquant les principes de base de la communication.

Toutes les déclinaisons éditoriales envisagées seront précisées.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.10 | Techniques spécifiques
- R3.MLP.11 | Médiation et communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.MLP.02 : Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **traiter une problématique de communication rencontrée par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus de la gestion de projet et des techniques spécifiques ainsi que de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit d'analyser l'existant, de proposer des réalisations et/ou préconisations en lien avec les attentes de la structure.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.09 | Littérature, arts et sciences : perspective historique
- R3.MLP.10 | Techniques spécifiques
- R3.MLP.11 | Médiation et communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.MLP.08 | Histoire et politiques culturelles
- R3.MLP.09 | Littérature, arts et sciences : perspective historique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

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

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

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

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

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

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.MLP.08 : Histoire et politiques culturelles

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

Histoire des politiques culturelles en France depuis la Révolution.

Étude de la mise en place du ministère des Affaires culturelles en 1958/1959, puis de son évolution.

Étude des choix politiques nationaux en matière culturelle et de leur traduction dans une administration publique chargée de leur mise en oeuvre.

Étude de l'action publique en matière culturelle en relation avec les contextes sociaux, économiques et politiques. Analyse de ses mutations et de sa mise en application dans les différents secteurs culturels.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

politiques culturelles – administration publique – affaires culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 5 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.MLP.09 : Littérature, arts et sciences : perspective historique

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S3

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art et en sciences des étudiants.

Au S3, elle pourra adopter une perspective historique et offrir des contenus de sciences et sciences humaines utiles aux différentes spécialités : faits sociaux, histoire des idées, des sciences et des techniques, des arts, philosophie, genres littéraires, courants artistiques et littéraires, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

art – littérature – sciences et sciences humaines – perspective historique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures dont 5 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.MLP.10 : Techniques spécifiques

Compétences ciblées :

- Développer une offre culturelle
- Gérer une organisation culturelle

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

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Descriptif :

Objectifs :

S'attacher à comprendre la diversité des secteurs éditoriaux, des collections muséales et des politiques d'acquisitions patrimoniales et d'assortiment et d'achat en librairie :

Comprendre

les cycles économiques de la librairie : les techniques d'achat, le développement et l'actualisation des fonds (littérature jeunesse, musique, DVD...);

la politique documentaire en bibliothèque (fonds, livre, vidéo, sonores).

les outils de gestion du patrimoine

les stratégies éditoriales papiers et numériques : projet éditorial, ligne éditoriale, collections..

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)

Mots clés :

politique d'acquisition – assortiment – collection et catalogue

Volume horaire :

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

4.3.11. Ressource R3.MLP.11 : Médiation et communication

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 3.MLP.01 | Réaliser un évènement ou une médiation
- SAÉ 3.MLP.02 | Mettre en œuvre un projet d'étude en communication culturelle

Descriptif :

Cette ressource propose aux étudiant.e.s de se familiariser avec les stratégies, les usages et les pratiques d'animations et de mise en place des actions culturelles en lien avec les cibles et publics concernés.

Découverte des outils de communication numériques (community management, animation de réseaux..) ou marketing (vitrine, mise en avant etc)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur

Mots clés :

animation – action culturelle –

Volume horaire :

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

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 4.MLP.01 Réaliser une enquête ou étude de marché	SAE 4.MLP.02 Répondre à une commande (Training)	SAE 4.MLP.03 Elaborer un projet communication culturelle	STAGE.MLP Stage MLP S4	PORTFOLIO Portfolio MLP S4	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.MLP.08 Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine	R4.MLP.09 Techniques spécifiques	
Décrypter	AC21.01			X	X	X	X						X			
	AC21.02		X	X	X	X			X				X			
	AC21.03	X	X	X	X	X		X	X				X			
Partager	AC22.02	X	X		X	X				X	X	X	X			
	AC22.03		X		X	X				X	X	X	X			
	AC22.04		X	X	X	X	X						X			
	AC22.05		X		X	X		X	X				X			
Développer	AC23.01				X	X							X			
	AC23.02		X		X	X							X	X		
	AC23.03		X		X	X							X			
	AC23.04		X		X	X							X			
	AC23.05		X	X	X	X							X			
	AC23.06			X	X	X							X			
Organiser	AC24.01				X	X							X			
	AC24.02				X	X							X			
	AC24.03	X	X		X	X							X			
	AC24.04				X	X							X		X	
Gérer	AC25.01				X	X							X			
	AC25.02	X			X	X							X		X	
	AC25.03		X		X	X							X		X	
	AC25.04	X	X		X	X							X		X	
Volume total						18	18	18	20	20	20	10	15	20	159	
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	12	20	62	
Adaptation Locale (SAE)			44													44
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								60								60
TP Adaptation locale								35								35

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

5.2.1. SAÉ 4.MLP.01 : Réaliser une enquête ou étude de marché

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **recueillir et analyser des données statistiques dans le cadre d'une étude ou d'une enquête.**

Descriptif générique :

Il s'agit de concevoir et administrer des questionnaires et des grilles d'entretien, de déployer les techniques d'interview et de conduite d'entretien.

Il faut arriver à synthétiser et analyser des informations en utilisant des logiciels de traitement des données et d'analyse sémantique.

Il s'agit d'élaborer une enquête sur le terrain, de la conception de l'objet de l'étude jusqu'à l'analyse statistique des résultats d'après les données recueillies auprès de la population choisie.

Cette enquête pourra s'effectuer à l'aide d'un questionnaire papier en face à face ou sous format multimédia.

Différents points sont abordés : Analyse de la demande, Entretiens, recherche documentaire, Élaboration du protocole d'enquête, Échantillonnage, Rédaction du questionnaire, Les biais dans l'enquête, le Recueil des données (pré test, et recueil final), le Traitement des données et l'analyse des résultats (tris à plat et tris croisés), Interprétation

Apprentissages critiques :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.MLP.02 : Répondre à une commande (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre à un appel d'offre émis par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la gestion de projet et des techniques spécifiques, mais aussi de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit :

- d'analyser l'existant,
- de proposer des préconisations en lien avec les attentes du commanditaire.

Apprentissages critiques :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.08 | Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. SAÉ 4.MLP.03 : Elaborer un projet de communication culturelle

Compétences ciblées :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**élaborer un projet de communication print et web, à partir d'un événement culturel ou d'une structure culturelle.**

Descriptif générique :

A partir de l'analyse de l'existant (site internet, portail, présence sur les réseaux sociaux, flyers, bulletins d'informations, affiches...), il faut faire des préconisations en tenant compte des publics et clients ciblés.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.MLP.09 | Techniques spécifiques

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.4. STAGE.MLP : Stage MLP S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

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

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

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

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale

5.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information-communication
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle
- STAGE.MLP | Stage MLP S4
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S4

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle
- STAGE.MLP | Stage MLP S4
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S4

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

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

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Se positionner dans l'environnement juridique et institutionnel des organisations culturelles
- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature
- AC23.03 | Sélectionner les outils professionnels adaptés à la réalisation du projet (SI, bases informatiques, logiciels)
- AC23.04 | Travailler avec les fournisseurs et les différents prestataires œuvrant à la stratégie d'offre en s'ouvrant aux enjeux professionnels des politiques culturelles et territoriales
- AC23.05 | Développer une offre en cohérence avec l'ensemble, faisant preuve de créativité, en tenant compte de la politique documentaire et culturelle, des choix d'assortiment et du développement du catalogue
- AC23.06 | Contribuer à concevoir et réaliser un projet éditorial et culturel (maquette, mise en page, traitement d'image...)
- AC24.01 | Proposer des mises en public, en récit et en scène en utilisant le design d'espace (lumière, signalétique, emplacement, etc.) et la scénographie (musées)
- AC24.02 | Assister à la conception et participer à la réalisation de médiations directes et indirectes
- AC24.03 | Élaborer un contenu de communication et le décliner sur les supports, médias et canaux appropriés en fonction de l'organisation, du client ou de l'utilisateur
- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.01 | S'approprier les fondamentaux du droit social et de la GRH pour s'insérer dans une organisation ou un groupe de travail
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.MLP.08 : Littérature, arts et sciences : perspective contemporaine

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art et en sciences des étudiants.

Au S4, elle pourra adopter une perspective contemporaine et traiter de sujets en lien avec l'actualité des arts, des sciences ou de la littérature.

Apprentissage critique ciblé :

- AC23.02 | Acquérir les repères essentiels en Art et Littérature

Mots clés :

art – littérature – sciences et sciences humaines – perspective contemporaine

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 12 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.MLP.09 : Techniques spécifiques

Compétences ciblées :

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

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

- SAÉ 4.MLP.01 | Réaliser une enquête ou étude de marché
- SAÉ 4.MLP.02 | Répondre à une commande (Training)
- SAÉ 4.MLP.03 | Elaborer un projet de communication culturelle

Descriptif :

Approfondissement des techniques spécifiques qui abordent les questions de transport matériel, circulation numérique, logistique, diffusion et distribution des biens culturels (livres, oeuvres matérielles et immatérielles, etc.).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.04 | Appliquer les bonnes pratiques en situation de vente, de contact avec les usagers et d'animation de communautés en considérant les spécificités de l'organisation, des dispositifs et des publics
- AC25.02 | Travailler dans une organisation culturelle en comprenant son mode de fonctionnement (indicateurs, méthodes de travail, valeurs de l'organisation, culture d'entreprise, etc.)
- AC25.03 | Approfondir les logiques de gestion financière en les articulant à une réalité organisationnelle (faire un budget, analyser un bilan ou un compte d'exploitation, etc.)
- AC25.04 | Appliquer les principes de la gestion de projet pour co-construire ses activités

Mots clés :

diffusion – distribution – logistique

Volume horaire :

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

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAE 5_MLP.01 Créer un guide de lecteur ou catalogue de collection	SAE 5_MLP.02 Concevoir un projet culturel	PORTFOLIO Portfolio MLP S5	R5.01 Sciences de l'information et de la communication	R5.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	R5.03 Responsabilité sociale des organisations	R5.04 Projet personnel et professionnel	R5_MLP.05 Littérature, arts et sciences : perspective internationale	R5_MLP.06 Marché éditorial et stratégie d'offre	R5_MLP.07 Écrits professionnels - mise à niveau	R5_MLP.08 Médiation et communication	R5_MLP.09 Pratique et outils professionnels	R5_MLP.10 Production audiovisuelle et numérique
Décrypter	AC31.01		X	X	X			X						
	AC31.02	X	X	X		X		X						
	AC31.03		X	X			X	X						
Développer	AC33.01	X	X	X				X	X	X				
	AC33.02	X	X	X				X		X				
	AC33.03	X	X	X				X		X				
	AC33.04	X	X	X				X						
Organiser	AC34.01	X	X	X				X				X		X
	AC34.02	X	X	X				X			X	X		X
	AC34.03		X	X				X			X	X		
Gérer	AC35.01		X	X				X						
	AC35.02	X	X	X				X					X	
	AC35.03		X	X				X						
Volume total				15	15	20	10	28	20	14	16	24	24	186
Dont TP				0	0	0	0	0	10	10	0	14	14	48
Adaptation Locale (SAÉ)			50											50
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)								74						74
TP Adaptation locale								45						45

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

6.2.1. SAÉ 5.MLP.01 : Créer un guide de lecteur ou catalogue de collection

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser un support de communication abouti pour répondre à différents objectifs de communication : valorisation des fonds, des services, de l'établissement, d'une exposition, d'un événement culturel, scientifique, etc.**

Descriptif générique :

La création d'un guide ou d'un catalogue mobilise plusieurs compétences : connaissance de la structure, des fonds et des publics, capacités rédactionnelles et graphiques, choix des supports et formats adaptés, anticipation des mises à jour, etc.

A partir d'une étude de cas réelle ou fictive, le travail sera fait dans le respect des plans de communication, charte graphique et autres. La prise en compte des normes d'impression sera également attendue.

Apprentissages critiques :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. SAÉ 5.MLP.02 : Concevoir un projet culturel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **concevoir un événement, une médiation ou une action répondant à une commande institutionnelle publique ou privée (centre d'art, musée, entreprise éditoriale, librairie, médiathèques, etc).**

Descriptif générique :

Cette action demande de construire un plan de communication et un calendrier des tâches qui lui est attaché.

Il faut chercher des financements et contacter des intervenants, le cas échéant.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.MLP.05 | Littérature, arts et sciences : perspective internationale
- R5.MLP.06 | Marché éditorial et stratégie d'offre
- R5.MLP.07 | Écrits professionnels - mise à niveau
- R5.MLP.08 | Médiation et communication
- R5.MLP.09 | Pratique et outils professionnels
- R5.MLP.10 | Production audiovisuelle et numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel
- R5.MLP.10 | Production audiovisuelle et numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

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

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

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

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

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

- PORTFOLIO | Portfolio MLP S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

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

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.MLP.05 : Littérature, arts et sciences : perspective internationale

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art, en sciences et SHS des étudiants.

Au S5, elle adoptera une perspective internationale aussi bien au niveau de la littérature que des arts et des sciences.

Apprentissage critique ciblé :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante

Mots clés :

courants littéraires – artistiques et scientifiques – sciences humaines et sociales

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 28 heures

6.3.6. Ressource R5.MLP.06 : Marché éditorial et stratégie d'offre

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de rendre autonome les étudiant.e.s dans la gestion de l'assortiment en librairie, dans la construction d'une stratégie d'offre éditoriale ou patrimoniale, dans la mise en oeuvre d'un politique documentaire (collection spécialisée, collection patrimoniale, patrimoine écrit, etc.)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en oeuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication

Mots clés :

collection – marché – offre

Volume horaire :

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

6.3.7. Ressource R5.MLP.07 : Écrits professionnels - mise à niveau

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Écrits professionnels : technique d'énonciation éditoriale (argumentaires, notes de lecture, quatrièmes de couverture), notices, notules, « coups de coeur », brochures d'information au public.

Entraînement aux épreuves écrites de concours, note de synthèse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles

Mots clés :

note de synthèse – argumentaires – notes de lecture

Volume horaire :

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

6.3.8. Ressource R5.MLP.08 : Médiation et communication

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

Objectif : élaborer et mettre en oeuvre une stratégie de communication médias et hors-médias : plan de communication, cible, moyens, Swot, média, mediaplanning, relation presse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles

Mots clés :

stratégie de communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

6.3.9. Ressource R5.MLP.09 : Pratique et outils professionnels

Compétence ciblée :

- Gérer une organisation culturelle

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel

Descriptif :

L'objectif de cette ressource est de maîtriser l'usage et la technique des outils dédiés et des méthodes professionnelles : SIGB, indexation- catalogage, logiciels de gestion en librairie, référencement, gestion des données, lecture-correction, techniques d'éditorialisation, interopérabilité, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle

Mots clés :

SIGB – logiciels de gestion en librairie – gestion des données – référencement

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 14 heures de TP

6.3.10. Ressource R5.MLP.10 : Production audiovisuelle et numérique

Compétence ciblée :

- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente

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

- SAÉ 5.MLP.02 | Concevoir un projet culturel
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S5

Descriptif :

Objectif : acquisition des techniques (réalisation, captation, montage, séquençage) liées à la production de contenus numériques, d'images fixes ou animées pour différents supports (sites, blogs, réseaux sociaux) et différents objectifs (promotion, valorisation, contenus audiovisuels : capsules vidéo numériques, podcast, etc.)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats

Mots clés :

video – photo – numérique – montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 14 heures de TP

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

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

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

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

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

	AC	SAÉ 6.MLP.01 Répondre à une commande	SAÉ 6.MLP.02 Réaliser un projet culturel	STAGE.MLP Stage MLP S6	PORTFOLIO Portfolio MLP S6	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.MLP.04 Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre	R6.MLP.05 Écrits professionnels	R6.MLP.06 Gestion, connaissance et valorisation des fonds	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X	X		X				
	AC31.02	X	X	X	X		X	X				
	AC31.03	X	X	X	X			X				
Développer	AC33.01	X	X	X	X			X	X			
	AC33.02	X	X	X	X			X	X		X	
	AC33.03	X	X	X	X			X			X	
	AC33.04	X	X	X	X			X			X	
Organiser	AC34.01	X	X	X	X			X				
	AC34.02	X	X	X	X			X		X		
	AC34.03	X	X	X	X			X		X		
Gérer	AC35.01	X	X	X	X			X				
	AC35.02	X	X	X	X			X		X		
	AC35.03	X	X	X	X			X		X	X	
Volume total					15	15	10	16	14	26	96	
Dont TP					0	0	0	0	14	10	24	
Adaptation Locale (SAÉ)		26										26
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)								38				38
TP Adaptation locale												35

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

7.2.1. SAÉ 6.MLP.01 : Répondre à une commande

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **répondre à un appel d'offre émis par une structure culturelle.**

Descriptif générique :

En s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la gestion de projet et des techniques spécifiques, mais aussi de connaissances du milieu culturel, du marché, des cibles et des moyens, il s'agit :

- d'analyser l'existant,
- de proposer des réalisations et/ou préconisations en lien avec les attentes du commanditaire et
- de mettre en œuvre un dispositif répondant à la commande.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. SAÉ 6.MLP.02 : Réaliser un projet culturel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **mener à son terme un projet culturel et de faire se réaliser concrètement l'action engagée et conçue.**

Descriptif générique :

Sur la base de la conception d'un projet culturel, il s'agit de mener à bien sa réalisation concrète.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.3. STAGE.MLP : Stage MLP S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.MLP.04 | Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre
- R6.MLP.05 | Écrits professionnels
- R6.MLP.06 | Gestion, connaissance et valorisation des fonds

7.2.4. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

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

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

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Développer une offre culturelle
- Organiser des dispositifs de médiation, de communication ou de vente
- Gérer une organisation culturelle

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

- STAGE.MLP | Stage MLP S6
- PORTFOLIO | Portfolio MLP S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

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

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC34.01 | Créer et développer l'identité d'une organisation culturelle (définir et rédiger des documents de pilotage, développer une présence en ligne et e-réputation, etc.)
- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.01 | Manager une équipe au sein d'un service, d'une entreprise ou lors d'un événement

- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.MLP.04 : Littérature, arts et sciences : mise en oeuvre

Compétence ciblée :

- Développer une offre culturelle

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

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Cette ressource est dans une progression sur 2 niveaux et propose de renforcer les connaissances en littérature, en art, en sciences et SHS des étudiants.

Pour le S6, les étudiants seront capables de mettre en oeuvre leurs connaissances acquises pour :

- analyser un marché ou augmenter un fonds,
- situer une oeuvre dans le champ littéraire et patrimonial, de la rattacher à un courant artistique, littéraire ou scientifique, à un genre ou à une époque.
- en juger la pertinence dans un offre globale et dans une stratégie de développement nationale ou internationale.

En plus de renforcer leurs connaissances, ce semestre sera l'occasion d'une mise en pratique de ces acquis en lien avec les Saé rattachées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.01 | Être à l'écoute du marché et des besoins en adoptant une posture prospective et créative pour proposer une offre innovante
- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés

Mots clés :

courants littéraires – artistiques et scientifiques – sciences humaines et sociales – stratégie de développement

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures

7.3.5. Ressource R6.MLP.05 : Écrits professionnels

Compétences ciblées :

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

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

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Approfondissement du travail fait dans la ressource de même nom au semestre 5.

Écrits professionnels : technique d'énonciation éditoriale (argumentaires, notes de lecture, quatrièmes de couverture), notices, notules, « coups de cœur », brochures d'information au public. Entraînement aux épreuves écrites de concours, note de synthèse.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.02 | Déployer des dispositifs de médiations directes et indirectes, pour tous les publics, en tous formats
- AC34.03 | Communiquer efficacement avec les tutelles et la hiérarchie, construire des partenariats pour développer l'offre et les services. Apporter des réponses adaptées aux situations communicationnelles sensibles
- AC35.02 | Rendre compte de ses activités pour répondre aux demandes des tutelles et/ou des hiérarchies (reporting, communication de données, etc.) ou pour développer l'offre culturelle
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

note de synthèse – argumentaires – notes de lecture

Volume horaire :

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

7.3.6. Ressource R6.MLP.06 : Gestion, connaissance et valorisation des fonds

Compétences ciblées :

- Développer une offre culturelle
- Gérer une organisation culturelle

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

- SAÉ 6.MLP.01 | Répondre à une commande
- SAÉ 6.MLP.02 | Réaliser un projet culturel
- STAGE.MLP | Stage MLP S6

Descriptif :

Cette ressource a pour objectif de permettre l'approfondissement des fonds spécifiques dans le domaine des livres et dans celui du patrimoine.

Il s'agit d'apprendre les techniques de mises en avant et les contingences : marketing, agenda culturel, scénographie, diffusion, sur-diffusion, journal des ventes, commande, rendez-vous représentant, longue traîne, marchés de niche, ...)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC33.02 | Définir les objectifs et la stratégie de développement de l'offre sur tous supports, en fonction des éléments de gestion appropriés
- AC33.03 | Mettre en œuvre les outils et les politiques de produits, de services, de prix et de communication
- AC33.04 | Nouer des partenariats pour mobiliser les ressources et compétences nécessaires à la stratégie, en France comme à l'international
- AC35.03 | Définir un projet d'établissement et une politique d'organisation pour impulser les changements structurels nécessaires en lien avec les évolutions de l'environnement

Mots clés :

mise en avant – fonds et collections

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 26 heures dont 10 heures de TP

Chapitre 6.

Parcours : Publicité

1. Structure générale des six semestres du parcours Publicité

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

Pour le parcours : Publicité

Semestres	S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
Nbre d'heures d'enseignement (ressources + SAÉ)	370	360	340	260	310	160	1800
Dont % d'adaptation locale max 40% du volume d'enseignement	24 %	24 %	40 %	40 %	40 %	40 %	33 %
Nbre d'heures d'enseignement définies localement	86	86	136	104	124	64	600
Nbre heures d'enseignement SAÉ définies localement	48	38	55	44	50	26	
Nbre heures d'enseignement à définir localement dans les Ressources ou les SAÉ	38	48	81	60	74	38	
Nbre heures d'enseignement des ressources définies nationalement	284	274	204	156	186	96	
Nbre heures de tp définies nationalement	85	75	80	60	26	16	534
Nbre heures de tp à définir localement	16	16	45	35	45	35	
Nbre d'heures de projet tutoré	60	90	140	90	140	80	600
Nbre heures de projet/année min 150 h / max 250h	150		230		220		600
Nbre de semaines de stage 8 à 12 semaines BUT 1&2 12 à 16 semaines BUT 3	0	2 à 4	0	6 à 10	0	12 à 16	22 à 26

2. Semestre 1

2.1. Tableau croisé

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

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

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

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

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

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

Compétence ciblée :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

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

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

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

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

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

Apprentissages critiques :

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

Ressources mobilisées et combinées :

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

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.3. SAÉ 1.PUB.03 : Réaliser une analyse de marché

Compétence ciblée :

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

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans le cadre du développement d'un nouveau produit / service d'une organisation fictive ou réelle, l'objectif est d'**analyser les composantes du marché pour en évaluer les caractéristiques et valider la faisabilité du projet.**

Descriptif générique :

Il faut réunir des ressources documentaires de différentes nature pour les lire et ainsi repérer les caractéristiques de l'offre et de la demande pour les mettre en avant dans un compte rendu structuré.

L'objectif final est de déterminer si l'organisation se situe sur un marché propice au développement de son projet.

Apprentissages critiques :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.13 | Comportement des consommateurs
- R1.PUB.14 | Études de marché, Marketing d'études
- R1.PUB.15 | Marketing fondamental, Stratégie de marque

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.4. SAÉ 1.PUB.04 : Concevoir une identité graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **construire l'identité graphique d'une organisation**.

Descriptif générique :

A partir d'un brief client réel ou fictif, en mobilisant des techniques de créativité, il s'agit de travailler en passant par une étape de créativité et de recherche de symboles, avant de passer à une étape d'exécution.

Il faut mobiliser des connaissances en techniques de créativité et produire les livrables en usant des codes de communication et leur sens, tout en mobilisant des compétences en PAO.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.16 | Art contemporain et créativité
- R1.PUB.17 | Culture et tendances publicitaires / Culture graphique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.5. SAÉ 1.PUB.05 : Décrypter le brief d'un annonceur

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**identifier les clés et la méthodologie pour lire et analyser un brief annonceur.**

Descriptif générique :

La lecture et le décryptage d'un brief annonceur est une mission indispensable en agence pour répondre aux besoins de son client.

Ce travail passe par plusieurs étapes.

- Le diagnostic de la communication antérieure et actuelle de l'annonceur
- La compréhension et la mise en exergue des objectifs et des enjeux de la demande de l'annonceur

Apprentissages critiques :

- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.PUB.18 | Métiers et acteurs de la publicité
- R1.PUB.19 | Atelier Recommandation
- R1.PUB.20 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

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

Descriptif générique :

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

Ressources mobilisées et combinées :

- R1.12 | Projet personnel et professionnel
- R1.PUB.20 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

2.3. Fiches Ressources

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

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

2.3.2. Ressource R1.02 : Histoire des médias

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

Culture générale des médias – Socio-économie des médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

2.3.4. Ressource R1.04 : Études des organisations

Compétence ciblée :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

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

Compétences ciblées :

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

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.6. Ressource R1.06 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.7. Ressource R1.07 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.8. Ressource R1.08 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

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

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.10. Ressource R1.10 : Informatique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

Cette ressource vise à :

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

Apprentissages critiques ciblés :

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

Mots clés :

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

Volume horaire :

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

2.3.11. Ressource R1.11 : Web

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

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

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

Descriptif :

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

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

Apprentissage critique ciblé :

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

Mots clés :

Internet – Web – HTML – CMS – Blog – Gestion de contenu – Référencement / SEO

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 13 heures dont 10 heures de TP

2.3.12. Ressource R1.12 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S1

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
- Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
- Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique

Le projet personnel et professionnel du semestre 1 permettra plus particulièrement à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation de niveau 1 et des éléments le structurant ;
- de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ;

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

2.3.13. Ressource R1.PUB.13 : Comportement des consommateurs

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing. Apporter un éclairage des différentes notions via les connaissances de disciplines diverses (psychologie, sociologie, économie, neurosciences...) permettant de mieux comprendre le consommateur, ses différents facteurs d'influence (médias, groupes d'influence...) et ses comportements. Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat

Mots clés :

Consommateur – comportement – attitude – parcours d'achat – influence

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.14. Ressource R1.PUB.14 : Études de marché, Marketing d'études

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :

- rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ;
- identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration...

Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Mots clés :

Source d'information – Méthodologie – Questionnaire – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 4 heures de TP

2.3.15. Ressource R1.PUB.15 : Marketing fondamental, Stratégie de marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.03 | Réaliser une analyse de marché

Descriptif :

Marketing fondamental : Définir le marketing et identifier ses évolutions. Comprendre la notion de marché et appréhender ses principaux outils d'analyse (MOFF ou SWOT, PESTEL...).

Approfondir les concepts de segmentation, de ciblage et de positionnement. Envisager des leviers d'actions pour les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication (dont copy stratégie).

Stratégie de marque : Comprendre la notion de marque et les différents concepts associés (ADN, identité, image, positionnement...), son storytelling, son branding, identifier les niveaux et les outils d'analyse de la marque, envisager les grandes options stratégiques possibles...

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Mots clés :

Marketing fondamental : Marketing – Marché – Outil d'analyse – Segmentation – Ciblage – Positionnement – Stratégie de marque : Marque – Identité – Image – Stratégie globale – Branding

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.16. Ressource R1.PUB.16 : Art contemporain et créativité

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.04 | Concevoir une identité graphique

Descriptif :

L'objectif est de permettre de mieux appréhender et concevoir une production graphique destinée au secteur de la publicité, de la communication et des médias, en offrant une connaissance plus approfondie de la production artistique moderne et contemporaine.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux, des clés et des repères, des productions de l'art contemporain, domaine qui reste parfois impénétrable et énigmatique mais qui est pourtant une source d'inspiration pour le monde publicitaire et les enjeux de communication, par sa diversité de formes, de styles, qui bousculent des notions fondamentales (du beau et du laid, de l'original et du ludique...).

L'objectif est aussi de présenter un ensemble de méthodes, techniques et mécanismes permettant l'expression de la créativité. Il s'agit de savoir utiliser les insights consommateur, définir les principaux modèles de créativité (par exemple le Creative Problem Solving) et appréhender les méthodes et les outils les plus utilisés (brainstorming, carte heuristique / mind mapping...).

Cette approche peut aussi aborder le principe structurel de la stratégie créative, telle qu'elle est pratiquée dans le domaine professionnel de la publicité.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Mots clés :

Culture – Art contemporain – Art conceptuel – Modernité – Créativité – Insight – Idées – Brainstorming – Mind mapping

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

2.3.17. Ressource R1.PUB.17 : Culture et tendances publicitaires / Culture graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.04 | Concevoir une identité graphique

Descriptif :

L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux du monde publicitaire et des attentes des publics visés, de définir les tendances, les valeurs d'aujourd'hui et de demain, celles qui s'appuient sur la culture publicitaire, celles qui se dessinent, les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

La mise en œuvre doit également pouvoir inciter les étudiants à analyser et à mettre en place une veille informationnelle, sur les pratiques du domaine publicitaire, le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles.

L'objectif est aussi de comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle en développant une culture graphique.

Les séances consisteront en une présentation des moyens théoriques, techniques et pratiques afin de permettre de donner une forme et du sens à une idée en maîtrisant le traitement graphique de l'image et les qualités expressives de la lettre.

Les codes de la communication visuelle et leurs sens seront abordés, au travers de l'histoire des caractères, des règles typographiques et éditoriales, de la perception des formes, des symboles, de la couleur, de l'espace et du temps, de la sémiologie de l'image (fixe ou animée).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Mots clés :

Culture publicitaire – Actualité – Culture graphique – Création graphique – Édition – Typographie – Symboles – Couleurs

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

2.3.18. Ressource R1.PUB.18 : Métiers et acteurs de la publicité

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur

Descriptif :

Identifier, décrire et définir les différents acteurs qui régissent l'écosystème du marché publicitaire offline et online, leurs missions principales, leurs interactions et connexions : métiers, agences, annonceurs, régies, médias, places de marché, plateformes d'affiliation, etc.

Connaître les différents métiers généralistes et spécialistes de la publicité ainsi que les compétences et savoir-faire nécessaires pour chacun, ainsi que les pratiques associées aux enjeux qui les sous-tendent.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports

Mots clés :

Marché publicitaire – Agence – Annonceur – Régie – Médias

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

2.3.19. Ressource R1.PUB.19 : Atelier Recommandation

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur

Descriptif :

Savoir lire un brief, le comprendre et s'en saisir.

Élaborer un diagnostic de communication antérieure.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Brief – Annonceur – Diagnostic

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 10 heures de TP

2.3.20. Ressource R1.PUB.20 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 1.PUB.05 | Décrypter le brief d'un annonceur
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S1

Descriptif :

Maîtriser les principes de base de la gestion de projet à savoir la démarche projet, les acteurs de la gestion de projet (le maître d'ouvrage ou commanditaire, le maître d'œuvre, les sous-traitants, le comité de pilotage, etc.), l'équipe projet (répartition des rôles et management) et le cahier des charges (analyse et compréhension des besoins du client).

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Maître d'ouvrage – Maître d'œuvre – Besoins – Cahier des charges – Équipe

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3. Semestre 2

3.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 2.01 Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	SAE 2.02 Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation	SAE 2.PUB.03 Réaliser une étude sur une marque	SAE 2.PUB.04 Réaliser une étude publicitaire	SAE 2.PUB.05 Raconter ou convaincre par l'image	STAGE PUB Stage PUB S2	PORTFOLIO Portfolio PUB S2	R2.01 Économie générale	R2.02 Droit du travail	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...	R2.04 Culture générale et humanités	R2.05 Anglais	R2.06 Langue vivante 2	R2.07 Expression écrite et orale	R2.08 Image et son	R2.09 Culture numérique	R2.10 Projet personnel et professionnel	R2.PUB.11 Comportement des consommateurs / Analyse des données	R2.PUB.12 Études de marché, Marketing créatives	R2.PUB.13 Conception rédaction	R2.PUB.14 Image et web	R2.PUB.15 Culture et tendances publicitaires	R2.PUB.16 Droit de la publicité	R2.PUB.17 Gestion de projet
Décrypter	AC11.01	X	X				X	X	X	X	X	X						X							
	AC11.02						X	X										X							
	AC11.03						X	X		X								X							
Partager	AC12.01	X					X	X										X							
	AC12.02		X				X	X					X	X	X			X							
	AC12.03						X	X										X							
	AC12.04	X					X	X									X	X							
Comprendre	AC13.01						X	X										X	X						
	AC13.02						X	X										X		X					
	AC13.03			X			X	X										X							
	AC13.04			X			X	X										X	X						
Concevoir 2	AC14.01					X	X	X										X			X				
	AC14.02					X	X	X										X				X			
	AC14.03					X	X	X										X				X			
	AC14.04					X	X	X										X							
Déployer 2	AC15.01						X	X										X							
	AC15.02					X	X	X										X					X		
	AC15.03					X	X	X										X							X
	AC15.04					X	X	X										X						X	
Volume total								18	18	20	14	20	20	20	15	15	10	16	12	12	24	12	12	16	274
Dont TP								0	0	0	0	6	6	6	6	0	5	4	5	5	24	0	0	8	75
Adaptation Locale (SAE)																									38
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)																									48
TP Adaptation locale																									16

3.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

3.2.1. SAÉ 2.01 : Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est d'**analyser les évolutions d'un objet, d'un dispositif ou d'une institution** rattaché à l'information ou à la communication, sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'étude et d'enquête, voire d'un argumentaire donneur d'ordre.

Descriptif générique :

Il s'agit de sensibiliser les étudiants aux évolutions sociétales, économiques, politiques, d'objets info-communicationnels (affiches, plateformes numériques, médias audiovisuels, etc.), à l'importance des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles, et de leur faire appréhender ces évolutions sous un angle historique, attentif aux usages, à l'évolution des pratiques autour de ces objets, dans une logique de conseil auprès d'un donneur d'ordre. Pour ce faire, les étudiants pourront combiner recherche documentaire et entretiens auprès d'usagers ou de spécialistes (chercheurs, professionnels).

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.2. SAÉ 2.02 : Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé.**

Il s'agit de construire un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel confronté à une nouvelle organisation, que ce soit son futur employeur ou un futur partenaire.

Descriptif générique :

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer.

Il est nécessaire de détailler la manière avec laquelle a été menée la recherche d'information sur cette organisation et sur son environnement.

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit du travail
- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie. . .
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.07 | Expression écrite et orale
- R2.08 | Image et son

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.3. SAÉ 2.PUB.03 : Réaliser une étude sur une marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

Objectifs et problématique professionnelle :

A la demande d'un commanditaire ou d'une étude de cas fictive, l'objectif est de **réaliser une étude sur une marque**.

Descriptif générique :

- Évaluer la notoriété et l'image de la marque.
- Récolter des données sur la marque.
- Étudier la clientèle actuelle de la marque et produire quelques projections.

Apprentissages critiques :

- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.11 | Comportement des consommateurs / Analyse des données
- R2.PUB.12 | Études de marché, Marketing d'études

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.4. SAÉ 2.PUB.04 : Réaliser une étude publicitaire

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Dans le cadre d'une veille des tendances publicitaires et afin d'acquérir une culture publicitaire, l'objectif est d'**analyser les campagnes produites par une organisation en fonction de critères internes mais également eu égard à ses obligations juridiques et engagements RSE.**

Descriptif générique :

Il s'agit de s'emparer d'une ou deux publicités, choisies en fonction de critères (par exemple un secteur d'activité, une cause, etc.).

Deux phases sont à suivre :

- Phase d'analyse du contexte de l'annonceur : stratégie de communication actuelle, objectifs, cible, contexte de marché, contexte législatif inhérent à la publicité de son produit.
- Phase de description et d'analyse de la publicité voire de comparaison avec une autre publicité.

Apprentissages critiques :

- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.15 | Culture et tendances publicitaires
- R2.PUB.16 | Droit de la publicité
- R2.PUB.17 | Gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.5. SAÉ 2.PUB.05 : Raconter ou convaincre par l'image

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **communiquer par le visuel ou l'audiovisuel afin de mettre en valeur un produit/un service/une cause pour le compte d'une organisation ou d'une marque** avec pour objectif la qualité de la production et sa corrélation avec les objectifs du client.

Descriptif générique :

Le commanditaire peut être réel ou fictif.

Trois étapes-clés.

- Lecture et compréhension de la demande client.
- Préparation et réalisation du contenu visuel ou audiovisuel.
- Retouche et mise en forme du contenu par des outils de PAO.

Apprentissages critiques :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.PUB.13 | Conception rédaction
- R2.PUB.14 | Image et web
- R2.PUB.15 | Culture et tendances publicitaires

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.2.6. STAGE.PUB : Stage PUB S2

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs
- exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production
- observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles
- apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles
- faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel

Apprentissages critiques :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

3.2.7. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 2, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition du niveau 1 des compétences de la première année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le degré de complexité des niveaux de compétences ciblées, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de première année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la première année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R2.10 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

3.3. Fiches Ressources

3.3.1. Ressource R2.01 : Économie générale

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cette ressource permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Croissance – Innovation – travail – Capital – Marché – Mondialisation – Inégalités – Développement durable

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.2. Ressource R2.02 : Droit du travail

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.

On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois- cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit du travail au sein des organisations (contrats, droit à la formation, organismes juridiques concernés...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Mots clés :

Lois – Contrat de travail – Conventions collectives

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

3.3.3. Ressource R2.03 : SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Ce second niveau de la ressource permet d'approfondir avec les étudiants certains concepts issus des sciences humaines et sociales qui innervent aujourd'hui les fondements théoriques et pratiques de l'information et de la communication. En outre, l'on pourra un peu plus insister avec les apprenants sur les méthodologies propres à certaines de ces disciplines (entretiens, observations, analyses de contenu, expérimentation), afin qu'ils puissent éprouver la démarche scientifique, la comprendre et aussi la confronter, dans une perspective critique, à certains des principes fondateurs de pratiques liées aux différents métiers visés par le diplôme (techniques marketing d'analyse de la satisfaction client, entretiens préparatoires dans le cadre de phases d'audit, fiches persona, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Société – individu – socialisation – individuation – valeurs – normes – groupe social – influence sociale – mouvements sociaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

3.3.4. Ressource R2.04 : Culture générale et humanités

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité.

L'objectif est de développer la culture générale des étudiants.

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal

Mots clés :

Culture – arts – histoire

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 14 heures

3.3.5. Ressource R2.05 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de l'anglais tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays anglophones.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays anglophones – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.6. Ressource R2.06 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel.

Cette ressource se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement, l'accent est mis sur l'expression orale.

Cette ressource aborde également les aspects culturels des pays concernés par la langue cible.

Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Culture des pays concernés par la LV2 – Approche interculturelle de la communication

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.7. Ressource R2.07 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Cette ressource aborde les principes rédactionnels des écrits professionnels courants.

Elle permet de rendre compte d'une expérience professionnelle (rapport de stage) et de comprendre les situations de communication afin de construire un oral ou un écrit efficace.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Expression – Style – Rapport – Prise de parole – Aisance orale – Insertion professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 6 heures de TP

3.3.8. Ressource R2.08 : Image et son

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.02 | Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation

Descriptif :

Première approche d'une réalisation multimédia son-image.

Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image.

Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux.

Une façon d'aborder cette question peut être la suivante :

- Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue
- Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité
- Prise de vue : cadrage et profondeur de champ.
- L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels)
- Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats.
- Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter...
- Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples »

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle

Mots clés :

Image – Cadrage – Composition – Profondeur de champ – Son – Format – Montage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures dont 6 heures de TP

3.3.9. Ressource R2.09 : Culture numérique

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel

Descriptif :

Cette ressource vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage.

Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.

Apprentissage critique ciblé :

- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles

Mots clés :

Internet – Web social – Écosystème numérique – Communication numérique – Éthique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

3.3.10. Ressource R2.10 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S2
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S2

Descriptif :

Le PPP de première année visera à :

S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel

- Développer une démarche réflexive et introspective (de manière à découvrir ses valeurs, qualités, motivations, savoirs, savoir-être, savoirs-faire) au travers, par exemple de son expérience et ses centres d'intérêt
- Placer l'étudiant dans une démarche prospective en termes d'avenir, souhait, motivation vis-à-vis d'un projet d'études et/ou professionnel
- S'initier à la démarche réflexive (savoir interroger et analyser son expérience)

S'approprier la formation

- Référencer les compétences et les associer avec la réalité du terrain
- Préparer son stage et/ou son alternance et/ou son parcours à l'international
- Découvrir les métiers et connaître le territoire
- Se projeter dans un environnement professionnel

Découvrir les métiers et connaître le territoire

- Faire le lien avec les métiers (fiches ROME – Association article 1)
- Débouchés en fonction du territoire,
- Bassins d'entreprise, réseaux d'entreprise, implantations
- Identifier les métiers en lien avec la formation, en analyser les principales caractéristiques

Se projeter dans son environnement professionnel

- Codes, usages et culture d'entreprise
 - Intégration des codes sociaux au niveau France, Europe pour s'ouvrir à la diversité culturelle, ouverture sur la mondialisation socio-économique
 - Construire son réseau professionnel : découvrir les réseaux et sensibiliser à l'identité numérique
- Le projet personnel et professionnel du semestre 2 permettra à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC11.01 | Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- AC11.02 | Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- AC11.03 | Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

- AC12.01 | Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- AC12.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- AC12.03 | Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- AC12.04 | Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- AC13.03 | Comprendre et qualifier une identité de marque
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité
- AC14.02 | User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- AC14.04 | Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- AC15.01 | Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Champ professionnel – Stage – Identité professionnelle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

3.3.11. Ressource R2.PUB.11 : Comportement des consommateurs / Analyse des données

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.03 | Réaliser une étude sur une marque

Descriptif :

Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing.

Apporter un éclairage des différentes notions via les connaissances de disciplines diverses (psychologie, sociologie, économie, neurosciences...) permettant de mieux comprendre le consommateur, ses différents facteurs d'influence (médias, groupes d'influence...) et ses comportements.

Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.

Initier à l'analyse de données quantitatives avec des indicateurs fondamentaux (pourcentage, moyenne, écart type, médiane...) collectées via des sondages, des enquêtes et/ou des observations.

Initier à l'analyse de données qualitatives (analyse de contenu) collectées via des focus groups, des entretiens individuels, etc.

Savoir interpréter, synthétiser et présenter les données collectées.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC13.01 | Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- AC13.04 | Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients

Mots clés :

Consommateur – Comportement – Attitude – Parcours d'achat – Influence – Analyse – Données / Data – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 4 heures de TP

3.3.12. Ressource R2.PUB.12 : Études de marché, Marketing d'études

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.03 | Réaliser une étude sur une marque

Descriptif :

Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :

- rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ;
- identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration...

Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.

Apprentissage critique ciblé :

- AC13.02 | Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente

Mots clés :

Source d'information – Méthodologie – Questionnaire – Quantitatif – Qualitatif

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 5 heures de TP

3.3.13. Ressource R2.PUB.13 : Conception rédaction

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

- A partir d'un insight, d'un bénéfice consommateur et d'une promesse, trouver et proposer des concepts publicitaires déclinés et formulés en message d'une campagne ad hoc.
- Savoir reconnaître et écrire les différents éléments de rédaction dans la communication publicitaire, connaître les principales techniques de création publicitaire, connaître les différents formats.
- Savoir rédiger des formats « print », traditionnels (accroches, body copy, signature de marque).
- Connaître le vocabulaire du métier et les différents éléments rédactionnels dans la publicité.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.01 | S'initier aux méthodes de créativité

Mots clés :

Concepts publicitaires – Message – Slogan – Accroche – Signature – Baseline

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 5 heures de TP

3.3.14. Ressource R2.PUB.14 : Image et web

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

- Principes de l'animation image par image.
 - Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image ou de présentation.
 - Animation par images clés dans des logiciels dédiés
 - Importer et découper des vidéos existantes.
- Monter des mashup à l'aide logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut...) :
 - Transitions de plans, coupes.
 - Montage son-image.
 - Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus par exemple de logiciels de retouche d'image).
 - Exportation, formats de fichiers.
 - Vidéos pour les réseaux sociaux
- Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information...).
 - Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document.
 - Concevoir et réaliser des documents professionnels à travers d'un projet.
 - Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (Mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book).
 - Utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de mise en page (module de publipostage, table des matières et index automatiques...).
- Gérer un projet web : rédaction d'un cahier des charges, gestion de projet Web.
- Approfondir le langage HTML et CSS.

Apprentissage critique ciblé :

- AC14.03 | Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia

Mots clés :

Mashup vidéo – Animation image par image – Storyboard – Réseaux sociaux – PAO – Impression – Web – Dessin vectoriel – Mode point – Images – Projet web – HTML – CSS

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 24 heures dont 24 heures de TP

3.3.15. Ressource R2.PUB.15 : Culture et tendances publicitaires

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire
- SAÉ 2.PUB.05 | Raconter ou convaincre par l'image

Descriptif :

L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux du monde publicitaire et des attentes des publics visés, de définir les tendances, les valeurs d'aujourd'hui et de demain, celles qui s'appuient sur la culture publicitaire, celles qui se dessinent, les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

La mise en œuvre doit également pouvoir inciter les étudiants à analyser et à mettre en place une veille informationnelle, sur les pratiques du domaine publicitaire, le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.02 | Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires

Mots clés :

Culture publicitaire – Tendances – Enjeux – Actualité

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.16. Ressource R2.PUB.16 : Droit de la publicité

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire

Descriptif :

Connaître le cadre juridique de la publicité : protection du consommateur et pratiques commerciales trompeuses, encadrement de la publicité (tabac, alcool, crédit à la consommation, jeux... mais aussi PNNS et messages sanitaires), régulation publicitaire (invasion publicitaire et projet de Loi Evin Climat, publicité comparative, etc.).

Appréhender les enjeux éthiques et pratiques déontologiques en matière de publicité : des critiques faites à la publicité au concept d'éthique publicitaire facilitant la mise en œuvre de pratiques déontologiques (chartes éthiques, codes de déontologie, recommandation de l'ARPP, etc.).

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.04 | Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Mots clés :

Déontologie – Éthique – Publicité encadrée – Protection du consommateur

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

3.3.17. Ressource R2.PUB.17 : Gestion de projet

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.PUB.04 | Réaliser une étude publicitaire

Descriptif :

Maîtriser les outils de la gestion de projet, soit i) la définition des tâches, planification et enchaînement, attribution des ressources, ii) les outils d'ordonnancement : diagramme de Gantt, iii) la documentation.

Apprentissage critique ciblé :

- AC15.03 | Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur

Mots clés :

Maître d'ouvrage – Maître d'œuvre – Équipe – Planification – Diagramme de Gantt

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 16 heures dont 8 heures de TP

4. Semestre 3

4.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 3 PUB.01 Étudier une marque (Training)	SAE 3 PUB.02 Réaliser une stratégie de communication (Training)	SAE 3 PUB.03 Concevoir une création publicitaire (Training)	SAE 3 PUB.04 Concevoir une stratégie de communication publicitaire	PORTFOLIO Portfolios PUB S3	R3.01 Sciences de l'information et de la communication	R3.02 Linguistique Sémiologie	R3.03 Culture numérique	R3.04 Anglais	R3.05 Langue vivante 2	R3.06 Expression écrite et orale	R3.07 Projet Personnel et Professionnel	R3 PUB.08 Stratégie marketing / Branding	R3 PUB.09 Marketing opérationnel / Webmarketing	R3 PUB.10 Atelier de création	R3 PUB.11 Image et Web (niveau 2, AV, FAO, Web)	R3 PUB.12 Stratégie de communication	R3 PUB.13 Stratégie des moyens / Social media	R3 PUB.14 Gestion d'un projet de communication		
Décrypter	AC21.01				X	X	X	X					X									
	AC21.02				X	X			X				X									
	AC21.03				X	X							X									
Partager	AC22.02				X	X				X	X	X	X									
	AC22.03				X	X			X	X	X	X	X									
	AC22.04				X	X	X	X					X									
	AC22.05				X	X			X				X									
Comprendre	AC23.01	X				X							X	X								
	AC23.02	X	X			X							X		X							
	AC23.03	X				X							X	X	X							
Concevoir 2	AC24.01			X		X							X				X					
	AC24.02			X		X							X				X	X				
	AC24.03			X		X							X				X	X				
	AC24.04			X		X							X				X					
Déployer2	AC25.01		X			X							X					X				
	AC25.02		X			X							X						X	X		
	AC25.03	X	X			X							X						X			
	AC25.04	X	X			X							X									
	AC25.05		X			X							X							X		
Volume total						20	30	20	20	20	20	10	10	10	10	10	10	8	8	8	204	
Dont TP						0	0	0	10	10	10	0	5	10	10	10	3	8	4		80	
Adaptation Locale (SAE)			55																			55
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)											81											81
TP Adaptation locale																						45

4.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

4.2.1. SAÉ 3.PUB.01 : Étudier une marque (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, l'objectif est d'**étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.**

Descriptif générique :

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.09 | Marketing opérationnel / Webmarketing

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.2. SAÉ 3.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication (Training)

Compétences ciblées :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, en s'appuyant sur la stratégie marketing élaborée pour déterminer le problème à résoudre par la communication, il s'agit de formuler une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.

Il s'agit de proposer une stratégie de moyens appropriée et un budget équilibré.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.3. SAÉ 3.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire (Training)

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de création impactante**.

Descriptif générique :

À partir d'une étude de cas fictive ou à l'aide d'un brief fourni par un commanditaire régional, s'appuyer sur la stratégie de communication et la copie stratégie qui en découle pour développer une stratégie de création impactante.

Les livrables, dans leur diversité, seront de qualité professionnelle tant du point de vue de la conception que de la production.

Les choix créatifs seront systématiquement justifiés.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.10 | Atelier de création
- R3.PUB.11 | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.4. SAÉ 3.PUB.04 : Concevoir une stratégie de communication publicitaire

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (ou non).**

Descriptif générique :

A partir de cas fictifs ou de commandes formulées par des organisations issues du territoire (niveau local, départemental, régional), il s'agit de produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (ou non).

Les recommandations et préconisations s'inscriront dans une logique de communication 360° .

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.2.5. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 3, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la seconde année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en deuxième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R3.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R3.PUB.08 | Stratégie marketing / Branding
- R3.PUB.09 | Marketing opérationnel / Webmarketing
- R3.PUB.10 | Atelier de création
- R3.PUB.11 | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)
- R3.PUB.12 | Stratégie de communication
- R3.PUB.13 | Stratégie des moyens / Social media
- R3.PUB.14 | Gestion d'un projet de communication

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

4.3. Fiches Ressources

4.3.1. Ressource R3.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Il s'agira pour le second niveau de cette ressource de mettre en place des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ des SIC. Ce second niveau de la ressource pourra insister sur certains paradigmes théoriques et méthodologies qui en découlent pour étudier de façon scientifique les phénomènes communicationnels : selon que l'on centre l'analyse sur les acteurs, les usages, les textes, les discours, les médias, les situations et les contextes, quelles approches est-il possible de mobiliser ? Les étudiantes et étudiants pourront ainsi développer une réflexion sur les pratiques et les significations des divers modes de communication professionnelle (communication interpersonnelle, organisationnelle, visuelle et audiovisuelle...).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.2. Ressource R3.02 : Linguistique Sémiologie

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.

On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). l'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées

Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

signes – codes – langage – analyse d'image – sémiologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 30 heures

4.3.3. Ressource R3.03 : Culture numérique

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.

Cette ressource vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaire) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.

En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cette ressource vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.

Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

culture numérique – industries culturelles – infomédiaire – données personnelles

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

4.3.4. Ressource R3.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.5. Ressource R3.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).

On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Connaissance des milieux professionnels internationaux

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.6. Ressource R3.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides.

L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.

Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...)

Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Ecrits complexes et hybrides – Techniques rédactionnelles – Argumentation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

4.3.7. Ressource R3.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 3 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 2 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 3 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Référentiel de compétences – Stage – Alternance – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

4.3.8. Ressource R3.PUB.08 : Stratégie marketing / Branding

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.01 | Étudier une marque (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Stratégie marketing

Établir un diagnostic stratégique interne et externe (concepts de ressources, compétences, PESTEL, forces concurrentielles de PORTER, chaîne de valeur de PORTER...) et formuler des recommandations en termes de stratégies globales (diversification et spécialisation), de stratégies de développement (croissance interne, externe, conjointe, internationalisation...), de stratégies de domaine (différenciation, domination par les coûts et focalisation). Il s'agira d'étudier les conséquences au niveau de la segmentation, du ciblage, du positionnement et du marketing mix (stratégie pull et push marketing).

Branding

Améliorer le développement d'une marque et l'expérience consommateur : en changeant de nom, en rajeunissant une marque, en faisant évoluer l'identité visuelle, en retravaillant le packaging, en créant une édition limitée, en créant une plateforme de marque, en montant en gamme, en intégrant la RSE dans la stratégie de marque, etc.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Diagnostic – DAS – avantage concurrentiel – stratégies – marques

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 5 heures de TP

4.3.9. Ressource R3.PUB.09 : Marketing opérationnel / Webmarketing

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.01 | Étudier une marque (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Marketing opérationnel

Prendre en charge le développement de la stratégie de marketing direct en contribuant à la définition de la politique commerciale des régies publicitaires extérieures. Les étudiants sauront participer à l'élaboration de concepts de créations publicitaires (concours, événementiel, TV, numérique, etc.) adaptées aux différents supports. Ils pourront traduire et décliner un brief en cahier des charges d'expression des besoins à destination des équipes impliquées, à partir du concept créatif élaboré en amont, assurer le pilotage du projet : budget, exécution, négociation et achats.

Webmarketing

Les enjeux du marketing digital (définition, évolution et situation actuelle)

Les outils du marketing digital (site marchand ou vitrine, Trigger Marketing, Marketing programmatique, web design et UX, Adaptative et responsive design, Mobile Marketing, média sociaux et social selling)

Les stratégies du marketing digital (stratégies de référencement SEO et SEA, affiliation, publicité native, Marketing de contenu et Inbound Marketing, Growth Hacking, articulation POEM)

La mesure de la performance de la stratégie digitale

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Mix Marketing – Plan marketing opérationnel – Web design – UX – Marketing mobile – Web Responsive – Social selling – SMO – SEO – SEA – Inbound Marketing – Content Marketing – Marketing programmatique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.10. Ressource R3.PUB.10 : Atelier de création

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

En s'appuyant sur les méthodes, techniques et mécanismes permettant l'expression de la créativité, identifier un bénéfico-consommateur fort et le traduire en orientations artistiques en s'appuyant sur un binôme créatif (CR ou DA). Il s'agira de démontrer déjà une capacité à animer des équipes de créatifs, de planneurs stratégiques, équipes au coeur du processus de production des idées, des concepts créatifs et de leurs justifications.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

Team créatif – CR & DA – copy stratégie – brainstorming – animation d'équipe

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.11. Ressource R3.PUB.11 : Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire (Training)
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Audiovisuel (niv. 2)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 2)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 2)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique

Mots clés :

audiovisuel – PAO – web

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures dont 10 heures de TP

4.3.12. Ressource R3.PUB.12 : Stratégie de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Il s'agira d'appréhender :

la définition de l'insight, des objectifs (notoriété, image, action), de l'axe de communication,

la définition des cibles - qui et pourquoi - en termes quantitatifs (demographics) et qualitatifs (sociostyles > valeurs > motivations profondes,

la définition du message stratégique c'est-à-dire du bénéfice-consommateur (approche empathique),

l'élaboration de la copy-strategy : plan de travail créatif, ton de la communication,

la structuration du média-planning et le cas échéant événementiel.

Apprentissage critique ciblé :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données

Mots clés :

SWOT – Objectif – notoriété – visibilité – image – cognitif – conatif – affectif – tactiques – cible – CSP – campagne – action – média – véhicule – planning – évaluation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 3 heures de TP

4.3.13. Ressource R3.PUB.13 : Stratégie des moyens / Social media

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Stratégie des moyens

Cette ressource pourra traiter de la réalisation et l'exécution de produits et supports (tous types) d'information et de communication offline et online : écrit, visuel, audiovisuel, vidéo, édition, fabrication, maquettisme et graphisme (multimédia), storyboards, animatics... Il faudra pouvoir mettre en place un media-planning visant à contacter la cible au meilleur temps T et lieu L.

Social Media

Les étudiants étudieront les stratégies, le marketing d'influence et de présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux. Il s'agira d'appréhender les réseaux sociaux numériques selon les objectifs : augmentation du trafic, promotion d'image et de produits, stimulation directe ou indirecte des ventes, etc.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)

Mots clés :

Charte graphique – identité visuelle de marque – planche de tendance – Contenus – jeux – concours – Facebook – Twitter – LinkedIn – Instagram – Google – YouTube – Pinterest. . .

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 8 heures de TP

4.3.14. Ressource R3.PUB.14 : Gestion d'un projet de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 3.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication (Training)
- SAÉ 3.PUB.04 | Concevoir une stratégie de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Descriptif :

Il s'agira de présenter aux étudiants l'organisation de la production de campagnes publicitaires, la gestion du trafic (envoi et réception des éléments), le suivi de l'exécution d'un projet, du brief jusqu'à la réalisation des produits finis, le tout à l'interface entre les services commercial et conseil, création et production avec une surveillance constante et un respect des plannings.

Pour chaque projet, il faudra être capable d'évaluer le nombre d'heures de travail nécessaire à chaque intervenant de la création ou de la production. Il faudra savoir comment participer à l'établissement des plannings et des rétro-plannings de la création et de la production, selon les instructions des équipes commerciales, et en lien avec celles-ci. Il faudra savoir répartir le travail en fonction des disponibilités des collaborateurs impliqués dans la création et la production ; être en mesure de coordonner et contrôler l'ensemble des plannings en termes d'avancement et de délais.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Trafic – gestion de projet – timing – délais – attribution / répartition des tâches – planning – rétro-planning – coordination – contrôle.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 8 heures dont 4 heures de TP

5. Semestre 4

5.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAÉ 4.PUB.01 Étudier une marque	SAÉ 4.PUB.02 Réaliser une stratégie de communication	SAÉ 4.PUB.03 Concevoir une création publicitaire	SAÉ 4.PUB.04 Réaliser un projet de communication publicitaire	STAGE.PUB.Stage PUB S4	PORTFOLIO Portfolio PUB S4	R4.01 Sciences humaines et sociales	R4.02 Droit de l'information-communication	R4.03 Veille	R4.04 Anglais	R4.05 Langue vivante 2	R4.06 Expression écrite et orale	R4.07 Projet Personnel et Professionnel	R4.PUB.08 Planning stratégique	R4.PUB.09 Marketing (digital) / opérationnel	R4.PUB.10 Stratégie de création	R4.PUB.11 Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign	R4.PUB.12 Stratégie des moyens / Social media	R4.PUB.13 Budgétisation	
Décrypter	AC21.01				X	X	X	X						X							
	AC21.02				X	X	X			X				X							
	AC21.03				X	X	X		X	X				X							
Partager	AC22.02				X	X	X				X	X	X	X							
	AC22.03				X	X	X				X	X	X	X							
	AC22.04				X	X	X	X						X							
	AC22.05				X	X	X		X	X				X							
Comprendre	AC23.01	X				X	X							X	X						
	AC23.02	X				X	X							X		X					
	AC23.03	X				X	X							X	X	X					
Concevoir 2	AC24.01			X		X	X							X			X				
	AC24.02			X		X	X							X			X	X			
	AC24.03			X		X	X							X							
	AC24.04			X		X	X							X		X	X				
Déployer2	AC25.01		X			X	X							X						X	
	AC25.02		X			X	X							X						X	
	AC25.03		X			X	X							X						X	
	AC25.04		X			X	X							X							X
	AC25.05		X			X	X							X							
Volume total							18	18	18	20	20	20	10	6	6	6	6	4	4	156	
Dont TP							0	0	0	0	10	10	10	0	4	6	6	6	4	4	60
Adaptation Locale (SAÉ)					44																44
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)											60										60
TP Adaptation locale																					35

5.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

5.2.1. SAÉ 4.PUB.01 : Étudier une marque

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

Objectifs et problématique professionnelle :

À partir d'un brief client réel, l'objectif est d'étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel, étudier l'organisation, la marque, les produits et services proposés ainsi que les cibles pour produire un diagnostic marketing, socle de la stratégie marketing à élaborer.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.2. SAÉ 4.PUB.02 : Réaliser une stratégie de communication

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel, s'appuyer sur la stratégie marketing élaborée pour déterminer le problème à résoudre par la communication et formuler une stratégie de communication (analyse de la situation et diagnostic, positionnement, objectifs, cibles, etc.) efficiente.

Il s'agira de proposer une stratégie de moyens appropriée et un budget équilibré.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.12 | Stratégie des moyens / Social media
- R4.PUB.13 | Budgétisation

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.3. SAÉ 4.PUB.03 : Concevoir une création publicitaire

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser une stratégie de création efficiente.**

Descriptif générique :

À partir d'un brief client réel s'appuyer sur la stratégie de communication et la copie stratégie qui en découle pour développer une stratégie de création efficiente.

Les livrables, dans leur diversité, seront de qualité professionnelle tant du point de vue de la conception que de la production.

Les choix créatifs seront systématiquement justifiés.

L'objectif de la mise en situation professionnelle est de travailler comme une agence de publicité.

Apprentissages critiques :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.4. SAÉ 4.PUB.04 : Réaliser un projet de communication publicitaire

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **formuler une recommandation et des préconisations qui seront réalisées après validation par les commanditaires.**

Descriptif générique :

A partir de cas fictifs ou de commandes formulées par des organisations issues du territoire (niveau local, départemental, régional), il s'agit de produire les diagnostics et les analyses nécessaires à la formulation de recommandations et préconisations que les commanditaires valideront (après d'éventuelles modifications).

Dans une logique de communication 360° , les livrables seront réalisés, les événements organisés et les contenus rédigés en collaboration avec les commanditaires.

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel
- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.2.5. STAGE.PUB : Stage PUB S4

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stagiaire contribue aux activités d'un service, d'une organisation en répondant à des besoins professionnels exprimés par l'organisation, en étant supervisé par un encadrant de l'organisation.

Le stage de 6 à 10 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

- mobiliser l'ensemble des acquis académiques et des compétences en milieu professionnel pour analyser la problématique, proposer des solutions et en rendre compte
- renforcer des savoir-faire et savoir-être professionnels
- développer la posture professionnelle et l'autonomie
- renforcer le projet personnel et professionnel

Apprentissages critiques :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel

5.2.6. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 4, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la deuxième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de deuxième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la seconde année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R4.07 | Projet Personnel et Professionnel
- R4.PUB.08 | Planning stratégique
- R4.PUB.09 | Marketing (digital) / opérationnel
- R4.PUB.10 | Stratégie de création
- R4.PUB.11 | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign
- R4.PUB.12 | Stratégie des moyens / Social media
- R4.PUB.13 | Budgétisation

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

5.3. Fiches Ressources

5.3.1. Ressource R4.01 : Sciences humaines et sociales

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

En deuxième année, cette ressource permettra de compléter les approches présentées en semestre 1 et 2, de façon à ce que les disciplines convoquées (sociologie, psychologie, philosophie, anthropologie, ou toute autre science humaine et sociale) varient et se complètent. Il s'agira ainsi d'offrir aux élèves une culture scientifique pluridisciplinaire qui leur permettra de prendre la mesure des acquis de ces recherches. Ils devront d'être capables de les convoquer de façon rigoureuse et éclairée, dans une approche critique et réflexive, comme lors de la réponse à un "brief client", dans le cadre de recommandations stratégiques, ou dans la construction de tout autre argumentaire.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC22.04 | S'appropriier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.2. Ressource R4.02 : Droit de l'information-communication

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Dans cette ressource les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

Contenus : Le droit à l'image ; Le droit de la propriété intellectuelle ; Introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; Base du droit de la presse ; Problématique de l'application du droit sur Internet

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

droit à l'image – droit de la propriété intellectuelle – droit de la presse – droit sur Internet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.3. Ressource R4.03 : Veille

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

A la fin de cette ressource les étudiants devront être capables de comprendre les enjeux informationnels (infobésité, guerre de l'information...) et économiques de la veille, de mettre en place un système de veille automatisé qui s'appuie sur les besoins de surveillance d'une organisation, et d'analyser les résultats de cette veille en vue d'une diffusion.

Pour atteindre ces objectifs, les étudiants s'appuieront sur les différents types de veille stratégique, définiront le champs sémantique adéquat en fonction du périmètre de veille (local, national, international), réaliseront un sourcing, utiliseront des outils de veille (alertes, agrégateurs, réseaux sociaux, et outils de curation), et produiront un livrable (synthèse, infographie...) en respectant le droit de l'information.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers

Mots clés :

Source formelle – source informelle – méthode pull et push – intelligence économique – data et text mining

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 18 heures

5.3.4. Ressource R4.04 : Anglais

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue anglaise

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.5. Ressource R4.05 : Langue vivante 2

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.

Il s'agit ici principalement de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.

Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion dans la langue cible (préparation, discussion, compte-rendu)

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Pratique de l'oral et de l'écrit – Mise en situation professionnelle en langue cible

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.6. Ressource R4.06 : Expression écrite et orale

Compétence ciblée :

- Informer et communiquer au sein des organisations

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.

À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels

Mots clés :

Argumentation – Problématisation – Analyse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

5.3.7. Ressource R4.07 : Projet Personnel et Professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer et communiquer au sein des organisations
- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S4
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours.

- Connaissance de soi tout au long de la sa formation
- Modalités d'admissions (école et entreprise)
- Initiation à la veille informationnelle sur un secteur d'activité, une entreprise, les innovations, les technologies...
- Quels sont les différents métiers possibles avec les parcours proposés

Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser

- Identifier les métiers associés au(x) projet(s) professionnel(s)
- Construire son parcours de formation en adéquation avec son/ses projet(s) professionnel(s) (spécialité et modalité en alternance ou initiale, réorientation, internationale, poursuite d'études, insertion professionnelle)
- Découvrir la pluralité des parcours pour accéder à un métier : Poursuite d'études et passerelles en B.U.T.2 et B.U.T.3 (tant au national qu'à l'international), VAE, formation tout au long de la vie, entrepreneuriat

Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel.

- Les secteurs professionnels
- Les métiers représentatifs du secteur
- Quels sont les métiers possibles avec le parcours choisi

Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés

- Formaliser les acquis personnels et professionnels de l'expérience du stage (connaissance de soi, choix de domaine et de métier/découverte du monde l'entreprise, réadaptation des stratégies de travail dans la perspective de la 3 e année)
- Accompagnement à la recherche de stage, alternance et job étudiant (en lien avec formation)
- Développer une posture professionnelle adaptée
- Technique de recherche de stage ou d'alternance : rechercher une offre, l'analyser, élaborer un CV & LM adaptés. Se préparer à l'entretien. Développer une méthodologie de suivi de ses démarches
- Gérer son identité numérique et e-réputation

Le projet personnel et professionnel du semestre 4 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 4 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC21.01 | Mobiliser les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- AC21.02 | Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- AC21.03 | Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- AC22.02 | Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande

- AC22.03 | Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- AC22.04 | S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils
- AC22.05 | Respecter les règles de droit relatives à l'information et la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers
- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité
- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.03 | Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif
- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- AC25.04 | Budgétiser une campagne
- AC25.05 | Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

5.3.8. Ressource R4.PUB.08 : Planning stratégique

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Le planning stratégique a pour objectif d'établir une analyse complète du contexte socio-économique et culturel pour déceler, dans le marché et l'environnement d'une marque, une opportunité potentielle de développement pour son annonceur. Il s'agira pour l'étudiant de :

produire des recherches et analyses (à partir de plusieurs sources d'informations, d'une veille de comportements consommateurs) et analyser les tendances socio-économiques et culturelles conjoncturelles afin de constituer des personas (profils de consommateurs représentatifs d'un groupe cible) et analyser le marché de la marque dans le but de la positionner face à ses concurrents ;

élaborer un brief à la création en résumant le contexte et les enjeux du projet afin de réfléchir à la problématique dans une logique disruptive conduisant à l'élaboration d'une promesse que les créatifs vont devoir traduire en discours de communication ; il s'agira aussi de suivre le processus créatif pendant son élaboration pour s'assurer que le produit créatif réponde bien à la problématique du brief et de rédiger les partis pris créatifs avec le soutien du Directeur créatif/de la Directrice créative (DC)

construire des recommandations stratégiques.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.01 | Concevoir une stratégie marketing
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Veille – analyse de l'environnement – tendances de consommation – évolutions sociales et culturelles – phénomènes de société

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 4 heures de TP

5.3.9. Ressource R4.PUB.09 : Marketing (digital) / opérationnel

Compétence ciblée :

- Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.01 | Étudier une marque
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Marketing opérationnel

Prendre en charge le développement de la stratégie de marketing direct en contribuant à la définition de la politique commerciale des régies publicitaires extérieures. Les étudiants sauront participer à l'élaboration de concepts de créations publicitaires (concours, événementiel, TV, numérique, etc.) adaptées aux différents supports. Ils pourront traduire et décliner un brief en cahier des charges d'expression des besoins à destination des équipes impliquées, à partir du concept créatif élaboré en amont, assurer le pilotage du projet : budget, exécution, négociation et achats.

Webmarketing

Les enjeux du marketing digital (définition, évolution et situation actuelle)

Les outils du marketing digital (site marchand ou vitrine, Trigger Marketing, Marketing programmatique, web design et X, Adaptative et responsive design, Mobile Marketing, média sociaux et social selling)

Les stratégies du marketing digital (stratégies de référencement SEO et SEA, affiliation, publicité native, Marketing de contenu et Inbound Marketing, Growth Hacking, articulation POEM)

La mesure de la performance de la stratégie digitale

Apprentissages critiques ciblés :

- AC23.02 | Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- AC23.03 | Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

Mots clés :

Mix Marketing – Plan marketing opérationnel – Web design – UX – Marketing mobile – Web Responsive – Social selling – SMO – SEO – SEA – Inbound Marketing – Content Marketing – Marketing programmatique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.10. Ressource R4.PUB.10 : Stratégie de création

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Il s'agira de concevoir le message publicitaire d'une campagne et proposer des concepts déclinés en messages des marques. Il faudra pouvoir concevoir différents messages publicitaires : déclinaison des messages ou des scénarii pour chaque support ; organiser l'élaboration des différentes étapes de la conception d'une campagne présentées aux clients ; produire des préconisations des choix sonores et des visuels en adéquation avec le positionnement de la marque et des objectifs ; le tout en étroite collaboration avec le directeur artistique des équipes réalisant la campagne. Les étudiants seront capables d'assurer la présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication et de traduire l'orientation artistique du directeur de la création ou d'une équipe commerciale (mode, support) afin de répondre aux besoins du client.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.01 | Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

Conception-rédaction – direction artistique – direction de création – orientation artistique – concept créatif – déclinaison de concept. – brainstorming – message

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.11. Ressource R4.PUB.11 : Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.03 | Concevoir une création publicitaire
- SAÉ 4.PUB.04 | Réaliser un projet de communication publicitaire
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

En fonction de la progression établie en semestre 3 (R3.11PUB - Image et Web - niv. 2), il s'agira d'étudier les éléments manquants.

Audiovisuel (niv. 3)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 3)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 3)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Apprentissages critiques ciblés :

- AC24.02 | Développer la créativité et le sens esthétique
- AC24.04 | Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatif

Mots clés :

audiovisuel – PAO – web – design – webdesign

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 6 heures dont 6 heures de TP

5.3.12. Ressource R4.PUB.12 : Stratégie des moyens / Social media

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Stratégie des moyens

En fonction de ce qui aura été présenté au semestre 3, approfondir la réalisation et l'exécution de produits et supports (tous types) d'information et de communication offline et online : écrit, audio, visuel, audiovisuel, vidéo, édition, fabrication, maquettisme et graphisme (multimédia), storyboards, animatics... Les étudiants pourront développer un media-planning visant à contacter efficacement la cible.

Social Media

Il s'agira d'appréhender les réseaux socionumériques selon les objectifs : augmentation du trafic, promotion d'image et de produits, stimulation directe ou indirecte des ventes, etc et surtout d'interroger l'e-réputation de la marque.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC25.01 | Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données
- AC25.02 | Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- AC25.03 | Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)

Mots clés :

Charte graphique – identité visuelle de marque – planche de tendance – Contenus – jeux – concours – Facebook – Twitter – LinkedIn – Instagram – Google – YouTube – Pinterest. . .

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 4 heures dont 4 heures de TP

5.3.13. Ressource R4.PUB.13 : Budgétisation

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 4.PUB.02 | Réaliser une stratégie de communication
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4

Descriptif :

Il s'agira de pouvoir établir le budget détaillé d'une campagne de communication publicitaire/360° en intégrant l'ensemble des coûts directs et indirects en fonction des choix réalisés en amont.

Il s'agira aussi d'assurer :

la présentation de la stratégie web aux annonceurs : objectif marketing, espaces publicitaires web retenus et rapports avec la cible, budgets ventilés en fonction des supports,

le développement des relations commerciales d'une agence auprès des annonceurs, et auprès des agences de communication, la participation à la prospection, définition des moyens d'action spécifiques, et collection des données très concrètes pour séduire des prospects,

la négociation des partenariats avec d'autres supports.

Apprentissage critique ciblé :

- AC25.04 | Budgétiser une campagne

Mots clés :

Budget – relations commerciales – ventilation par support – data collecting – partenariats – négociation – plan média – support média.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 4 heures dont 4 heures de TP

6. Semestre 5

6.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 5.PUB.01 Réaliser un dossier de marque	PORTFOLIO Portfolio PUB SS	R5.01 Sciences de l'information et de la communication	R5.02 Initiation aux relations et à la communication interculturelles	R5.03 Responsabilité sociale des organisations	R5.04 Profil personnel et professionnel	R5.PUB.05 Création publicitaire (journalistique) / Communication narrative	R5.PUB.06 Image et Web (niveau 4 - A.V, PAO, Web) / Motion et Sound Design	R5.PUB.07 Publicité internationale / Campagnes spécifiques	R5.PUB.08 Stratégie de communication 360°	R5.PUB.09 Publicité RSO
Décrypter	AC31.01	X	X	X			X					
	AC31.02	X	X		X		X					
	AC31.03	X	X			X	X					
Concevoir 2	AC34.01	X	X				X	X				
	AC34.02	X	X				X	X				
	AC34.03	X	X				X		X			
	AC34.04	X	X				X	X	X			
Déployer2	AC35.01						X				X	
	AC35.02						X				X	
	AC35.03	X	X				X			X		
	AC35.04	X	X				X			X		X
Volume total			15	15	20	10	20	40	22	22	22	186
Dont TP			0	0	0	0	10	16	0	0	0	26
Adaptation Locale (SAE)		50										50
Adaptation Locale (Ressources ou SAE)							74					74
TP Adaptation locale							45					45

6.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

6.2.1. SAÉ 5.PUB.01 : Réaliser un dossier de marque

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est de **réaliser l'étude publicitaire exhaustive d'une marque.**

Descriptif générique :

Déroulé :

- choisir une marque,
- collecter les données,
- produire un diagnostic marketing et un diagnostic de communication antérieure,
- identifier un problème à résoudre par la communication (communication vieillissante, repositionnement, lancement, problème conjoncturel, situation de crise, etc.).

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.PUB.05 | Création publicitaire (plurimédiatique) / Communication narrative
- R5.PUB.06 | Image et Web (niveau 4 - AV, PAO, Web) / Motion et Sound Design
- R5.PUB.07 | Publicité internationale / Campagnes spécifiques
- R5.PUB.08 | Stratégie de communication 360°
- R5.PUB.09 | Publicité RSO

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.2.2. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 5, la démarche portfolio consistera en un point étape intermédiaire qui permettra à l'étudiant de se positionner, sans être évalué, dans le processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T. et relativement au parcours suivi.

Descriptif générique :

L'équipe pédagogique devra accompagner l'étudiant dans la compréhension et l'appropriation effectives du référentiel de compétences et de ses éléments constitutifs tels que les composantes essentielles en tant qu'elles constituent des critères qualité. Seront également exposées les différentes possibilités de démonstration et d'évaluation de l'acquisition des niveaux de compétences ciblées en troisième année par la mobilisation notamment d'éléments de preuve issus de toutes les SAÉ. L'enjeu est de permettre à l'étudiant d'engager une démarche d'auto-positionnement et d'auto-évaluation tout en intégrant la spécificité du parcours suivi.

Ressources mobilisées et combinées :

- R5.04 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

6.3. Fiches Ressources

6.3.1. Ressource R5.01 : Sciences de l'information et de la communication

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet d'articuler différentes théories pour penser les phénomènes d'information et de communication.

Elle permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Ce troisième niveau de la ressource permet aux étudiantes et aux étudiants à la fois de reprendre les bases théoriques et conceptuelles des sciences de l'information et de la communication (pour les passerelles entrantes) en les abordant désormais dans une perspective critique, qui prenne en compte les débats et controverses qui animent la discipline. afin de mieux en appréhender les enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Cette ressource, nourrie des derniers développements de la discipline, permettra aux étudiants et aux étudiantes de cerner les enjeux de la communication dans son lien à la culture la plus contemporaine, mais aussi à la politique, à l'économie, au territoire, etc.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

Information – Communication – Médiation – Interaction – Médias – Publics – Industries culturelles – Approche critique.

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.2. Ressource R5.02 : Initiation aux relations et à la communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

La communication interculturelle vise à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture – groupe social – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

6.3.3. Ressource R5.03 : Responsabilité sociale des organisations

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

L'objectif est d'appréhender et de comprendre les enjeux et les objectifs de la RSE pour une organisation. Il s'agit aussi d'acquérir la méthodologie pour mettre en place et développer une communication RSE, responsable et durable qui prenne en compte l'image corporate de l'organisation et les attentes des consommateurs.

Plus précisément, on pourra aborder les différentes pratiques de communication des organisations relativement aux trois piliers du développement durable : la qualité environnementale, la viabilité économique, la responsabilité sociale (l'ensemble des parties prenantes incluant les salariés), comprendre les besoins des publics cibles et l'enjeu des bonnes pratiques, connaître les différentes approches et outils de la RSE, leurs atouts et leurs chausse-trappes (cadre juridique, statut d'entreprise à mission, mais aussi normes, autorégulation sectorielle...)

porter une attention particulière sur des points critiques (greenwashing, socialwashing etc....).

Ainsi, le lien pourra être fait avec la notion d'éthique et son rôle dans la communication.

A partir d'un exemple de communication (publicité photo, vidéo etc..) il s'agit de faire un retour critique et argumenté : cibles, objectifs de la RSE pour l'organisation, actions à décliner en interne en lien avec la communication RSE engagée en externe, risques de détérioration de l'image corporate etc..).

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

Mots clés :

RSO – RSE – développement durable – qualité environnementale – responsabilité sociale – éthique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures

6.3.4. Ressource R5.04 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S5

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 5 permet à l'étudiant :

- de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation niveau 3 et des éléments le structurant ;
- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 5 ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Stage – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

6.3.5. Ressource R5.PUB.05 : Création publicitaire (plurimédiatique) / Communication narrative

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Création publicitaire plurimédiatique

Il s'agira de connaître les principes qui structurent les créations publicitaires en fonction des médias dans lesquels elles seront diffusées de manière à penser des déclinaisons d'une même idée forte efficacement et avec cohérence. Au-delà des déclinaisons, l'étudiant appréhendera de manière hétéroclite la présence médiatique d'une marque

Communication narrative

Capacité à concevoir une histoire, un récit qui précède ou accompagne une argumentation, de manière à la contextualiser, la mettre en scène, lui donner du sens et de la cohérence ; pour in fine déclencher une émotion.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Storytelling – com narrative – spin doctor – art du récit – brand content

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 10 heures de TP

6.3.6. Ressource R5.PUB.06 : Image et Web (niveau 4 - AV, PAO, Web) / Motion et Sound Design

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

En fonction de la progression établie en BUT2 (R4.11PUB - Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign), il s'agira d'étudier les éléments manquants.

Audiovisuel (niv. 4)

Principes de l'animation image par image.

Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image

Animation par images clés dans des logiciels dédiés

Importer et découper des vidéos existantes

Monter des mashup à l'aide de logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut) ou non

Transitions de plans, coupes et montage son-image

Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus de logiciels de retouche d'image)

Exportation, formats de fichiers

Réalisation de captations/formats pour les réseaux sociaux

PAO (niv. 4)

Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites, réseaux sociaux, lettre d'information, etc.) ;

Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document

Concevoir et réaliser des documents professionnels, de la présentation d'un rough à présenter au client jusqu'au format envoyé pour impression par exemple

Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (book, portfolio)

utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de PAO

Web (niv. 4)

Gestion d'un projet web, de la rédaction d'un cahier des charges au développement d'un site sous le CMS qui conviendra (Wordpress ou autre). Il s'agira aussi de :

approfondir le langage HTML et CSS (réalisation d'une landing page)

retravailler la mise en page d'un site

créer du contenu répondant aux contraintes techniques

Motion et Sound Design

À la fois créatif et technicien à la pointe de son domaine, le designer sonore doit respecter un cahier des charges et des délais imposés par le client/l'annonceur. Les oreilles à l'affût des nouvelles tendances, doté d'une vaste culture audiovisuelle, il doit trouver LE son qui fera vendre un produit, changera l'image d'une marque ou rendra un jeu inoubliable.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Design sonore – sound design – identification sonore – signature vocale – art/esthétique/émotion – stimulus-réponse – induction – feedback – jingle – bruitage

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 40 heures dont 16 heures de TP

6.3.7. Ressource R5.PUB.07 : Publicité internationale / Campagnes spécifiques

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Publicité internationale

Cette ressource pourra permettre d'étudier le discours publicitaire de différents pays en lien avec les langues vivantes étudiées (anglais, espagnol, allemand, etc.) afin de se forger une solide culture publicitaire. Il s'agira aussi pour l'étudiant de questionner les pratiques publicitaires à l'international et de les croiser avec les Cultures et tendances publicitaires étudiées par ailleurs.

Campagnes spécifiques

Cette ressource sera l'occasion d'observer en quoi la publicité est constitutive de campagnes spécifiques d'un point de vue thématique (campagne publique, institutionnelle, territoriale, politique, etc.), technique (choix d'un format, d'un outil particulier et exclusif, etc.) ou encore médiatique (choix d'un support exclusif, d'un événement particulier, etc.).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Campagne publicitaire – international – publique – politique – moyen – média

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

6.3.8. Ressource R5.PUB.08 : Stratégie de communication 360°

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Il s'agira d'appréhender :

la définition de l'insight, des objectifs (notoriété, image, action), de l'axe de communication,

la définition des cibles - qui et pourquoi - en termes quantitatifs (demographics) et qualitatifs (sociostyles > valeurs > motivations profondes,

la définition du message stratégique c'est-à-dire du bénéfice-consommateur (approche empathique),

l'élaboration de la copy-strategy : plan de travail créatif, ton de la communication,

la structuration du média-planning

dans une logique 360° , multicanal c'est-à-dire mobilisant les médias et les outils de hors-médias sans limitation et avec originalité pour une mécanique communicationnelle efficiente.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)

Mots clés :

Médias – hors-médias – événementiel – marketing opérationnel – relations presse

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

6.3.9. Ressource R5.PUB.09 : Publicité RSO

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.PUB.01 | Réaliser un dossier de marque

Descriptif :

Il s'agira de traiter avec les étudiants la question de la responsabilité sociale des organisations dans les campagnes publicitaires considérant que le choix des mots et des images en publicité y participent pleinement. On pourra proposer la présentation de quelques campagnes dans lesquelles les marques ont, soit mal évalué l'impact des mots et des images, soit fait de la RSO un levier.

Apprentissage critique ciblé :

- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Responsabilité sociale – respect – stéréotype – marque – image – e-réputation

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 22 heures

7. Semestre 6

7.1. Tableau croisé

Ce tableau explicite les correspondances entre les compétences, les apprentissages critiques, les SAÉ et les ressources programmés dans le semestre.

Les SAÉ et les ressources ainsi identifiées pour chaque UE participent à son obtention, et en ce sens doivent faire l'objet d'une évaluation, à l'exception de la démarche portfolio des semestres impairs.

Ce tableau détaille par ailleurs la répartition du volume horaire global des heures d'enseignement encadré de chaque semestre, à savoir :

- le volume horaire alloué à l'ensemble des SAÉ ;
- le volume de chaque ressource définie nationalement dont les heures TP ;
- le volume horaire, dont les heures TP, relevant d'une partie de l'adaptation locale et pouvant être affecté de manière non exclusive soit aux SAÉ, soit aux ressources définies nationalement ou localement.

	AC	SAE 6.PUB.01 Réaliser et défendre un dossier de marque	STAGE.PUB Stage PUB S6	PORTFOLIO Portfolio PUB S6	R6.01 Sciences humaines et sociales	R6.02 Relations et communication interculturelles	R6.03 Projet personnel et professionnel	R6.PUB.04 Atelier créatif / Création plurimédia	R6.PUB.05 Culture et tendances / Design graphique	R6.PUB.06 Publicité et influenceurs / Publicité internationale	R6.PUB.07 Recommandation stratégique 360°	
Décrypter	AC31.01	X	X	X	X		X					
	AC31.02	X	X	X		X	X					
	AC31.03	X	X	X			X					
Concevoir 2	AC34.01	X	X	X			X	X				
	AC34.02		X	X			X	X				
	AC34.03	X	X	X			X		X			
	AC34.04		X	X			X	X	X			
Déployer2	AC35.01	X	X	X			X			X		
	AC35.02	X	X	X			X			X		
	AC35.03	X	X	X			X				X	
	AC35.04		X	X			X				X	
Volume total					15	15	10	12	20	12	12	96
Dont TP					0	0	0	0	8	0	8	16
Adaptation Locale (SAÉ)		26										26
Adaptation Locale (Ressources ou SAÉ)									38			38
TP Adaptation locale									35			35

7.2. Fiches Situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)

7.2.1. SAÉ 6.PUB.01 : Réaliser et défendre un dossier de marque

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

L'objectif est double : **réaliser l'étude publicitaire exhaustive d'une marque et faire le pitch devant l'annonceur.**

Descriptif générique :

Déroulé :

- Produire les analyses quantitatives et qualitatives de la situation de la marque,
- Rédiger le dossier qui doit être une recommandation stratégique (recherche d'informations, collecte de données, problématisation et traitement) ;
- Présenter à l'oral une soutenance (avec support) du dossier de marque.

Le livrable sera documenté, de qualité professionnelle, doté de créations et d'un plan média.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.PUB.04 | Atelier créatif / Création plurimédiatique
- R6.PUB.05 | Culture et tendances / Design graphique
- R6.PUB.06 | Publicité et influenceurs / Publicité internationale
- R6.PUB.07 | Recommandation stratégique 360°

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.2.2. STAGE.PUB : Stage PUB S6

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Le stage de troisième année est d'une durée de 12 à 16 semaines, et recouvre des missions d'exécution comme de conception, nécessitant autonomie et coopération.

Le stage doit permettre à l'étudiant :

- de vérifier s'il a effectivement atteint l'expertise attendue à ce stade de sa formation, c'est-à-dire la capacité à effectuer des actions professionnelles en opérant des choix, dans un contexte spécifique, de façon autonome, et en coopération avec d'autres agents, mais également d'évaluer et d'ajuster ses actions
- d'acquérir des compétences spécifiques, qu'il s'agisse de métiers, techniques, secteur, par rapport aux expériences antérieures, et dans une perspective d'emploi ou de formation ultérieure
- d'insérer son action dans une politique, une stratégie, un processus larges, en en comprenant les enjeux, et en s'y adaptant
- de communiquer sur ses actions, que ce soit pour mieux collaborer dans une structure, ou pour valoriser ses compétences professionnelles.

Apprentissages critiques :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel
- R6.PUB.04 | Atelier créatif / Création plurimédiatique
- R6.PUB.05 | Culture et tendances / Design graphique
- R6.PUB.06 | Publicité et influenceurs / Publicité internationale
- R6.PUB.07 | Recommandation stratégique 360°

7.2.3. PORTFOLIO : Démarche portfolio

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

Objectifs et problématique professionnelle :

Au semestre 6, la démarche portfolio permettra d'évaluer l'étudiant dans son processus d'acquisition des niveaux de compétences de la troisième année du B.U.T., et dans sa capacité à en faire la démonstration par la mobilisation d'éléments de preuve argumentés et sélectionnés. L'étudiant devra donc engager une posture réflexive et de distanciation critique en cohérence avec le parcours suivi et le degré de complexité des niveaux de compétences ciblés, tout en s'appuyant sur l'ensemble des mises en situation proposées dans le cadre des SAÉ de troisième année.

Descriptif générique :

Prenant n'importe quelle forme, littéraire, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Ressources mobilisées et combinées :

- R6.03 | Projet personnel et professionnel

Volume horaire :

Volume horaire : à définir localement par chaque IUT

7.3. Fiches Ressources

7.3.1. Ressource R6.01 : Sciences humaines et sociales

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux.

Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première et en deuxième année. Cela permettra aussi de récapituler l'essentiel du contenu pour les passerelles entrantes.

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions

Mots clés :

monde contemporain – enjeux sociaux et sociétaux – sociologique – psychologique – philosophique – anthropologique

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.2. Ressource R6.02 : Relations et communication interculturelles

Compétence ciblée :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

SAÉ au sein desquelles la ressource peut être mobilisée et combinée :

Descriptif :

Cette ressource approfondit celle du même nom du semestre 5 avec la découverte de la culture d'un groupe, c'est-à-dire l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe.

Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances.

Apprentissage critique ciblé :

- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions

Mots clés :

culture d'un groupe – international – communication – anthropologie

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 15 heures

7.3.3. Ressource R6.03 : Projet personnel et professionnel

Compétences ciblées :

- Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Concevoir des solutions créatives et innovantes
- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- STAGE.PUB | Stage PUB S6
- PORTFOLIO | Portfolio PUB S6

Descriptif :

Connaissance de soi et posture professionnelle (en lien avec années 1&2)

- Exploiter son stage afin de parfaire sa posture professionnelle
- Formaliser ses réseaux professionnels (profils, carte réseau, réseau professionnel...)
- Faire le bilan de ses compétences

Formaliser son plan de carrière

- Développer une stratégie personnelle et professionnelle à court terme (pour une insertion professionnelle immédiate après le B.U.T. ou une poursuite d'études) et à plus long terme (VAE, CPF, FTLV, etc.)

S'approprier le processus et s'adapter aux différents types de recrutement

- mettre à jour les outils de communication professionnelle (CV, LM, identité professionnelle numérique, etc.)
- se préparer aux différents types et formes de recrutement
- types : test, entretien collectif ou individuel, mise en situation, concours,

etc.

- formes : recrutement d'école, de master, d'entreprise, etc.

Le projet personnel et professionnel du semestre 6 permet à l'étudiant :

- de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme du semestre 6 ;
- d'approfondir sa connaissance des champs professionnels et des métiers associés à la spécialité ;
- de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC31.01 | Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- AC31.02 | Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- AC31.03 | Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions
- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)
- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Champ professionnel – Métiers – Référentiel de compétences – Emploi – Identité professionnelle

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 10 heures

7.3.4. Ressource R6.PUB.04 : Atelier créatif / Création plurimédias

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Atelier créatif

Sur la base d'un brief annonceur réel ou fictif, analyser la situation d'un commanditaire et formuler une recommandation stratégique (marketing et communication), créative et opérationnelle.

En semestre 6, cette ressource a pour finalité la mobilisation transversale et la mise en œuvre concrète de compétences à la fois théoriques (analyse, diagnostic, conception) et techniques (création de supports, maîtrise des logiciels de PAO, réalisation audiovisuelle). Cet atelier doit permettre de développer encore la capacité des étudiants à travailler en équipe, se répartir les tâches, gérer un plan de communication, et produire des livrables (écrits et oraux) de qualité professionnelle en temps limité.

Création plurimédias

Cette ressource pourra confronter l'étudiant à la question de la déclinaison (ou non) d'un message publicitaire selon les médias, les supports et les formats retenus en amont à la suite des choix stratégiques (marketing, communication, moyen et créativité).

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.01 | Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- AC34.02 | Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Créativité – déclinaison – média – gestion de projet

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

7.3.5. Ressource R6.PUB.05 : Culture et tendances / Design graphique

Compétence ciblée :

- Concevoir des solutions créatives et innovantes

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Culture et tendances / Design graphique

Dans la continuité du travail engagé en BUT1 et BUT2, cette ressource permettra de conforter la culture publicitaire de l'étudiant et de continuer de le sensibiliser à la nécessaire veille informationnelle pour identifier les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement.

Il s'agira aussi, en lien direct avec la SAÉ, de délimiter avec précision le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles mais aussi les identités graphiques sous-jacentes.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC34.03 | Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- AC34.04 | Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

Mots clés :

Marques – culture publicitaire – tendance – identité graphique – design

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 20 heures dont 8 heures de TP

7.3.6. Ressource R6.PUB.06 : Publicité et influenceurs / Publicité internationale

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Publicité et influenceurs

Le marketing d'influence est un outil majeur pour les marques et cette ressource permettra d'étudier le triptyque marque, publicité, influenceur - un influenceur étant entendu comme un "leader d'opinion" présent majoritairement sur le web et notamment sur les réseaux sociaux numériques. Il s'agira d'identifier les différents partenariats possibles entre les différents acteurs.

Publicités internationales

Dans la continuité du semestre 5, (R5.07PUB), cette ressource pourra permettre d'étudier le discours publicitaire de différents pays en lien avec les langues vivantes étudiées (ou d'autres langues) afin de renforcer encore la culture publicitaire de l'étudiant. Il s'agira aussi pour l'étudiant de questionner les pratiques publicitaires à l'international et de les croiser avec les Cultures et tendances publicitaires étudiées par ailleurs.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.01 | Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- AC35.02 | Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)

Mots clés :

Influence – numérique – stratégie digitale – partenariat

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures

7.3.7. Ressource R6.PUB.07 : Recommandation stratégique 360°

Compétence ciblée :

- Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 6.PUB.01 | Réaliser et défendre un dossier de marque
- STAGE.PUB | Stage PUB S6

Descriptif :

Dans la continuité des ateliers mis en place en B.U.T. 1 et 2, il s'agira toujours d'identifier un bénéfice-consommateur fort et le traduire en orientations artistiques en s'appuyant sur un binôme créatif (CR ou DA). Il s'agira de démontrer déjà une capacité à animer des équipes de créatifs, de planneurs stratégiques, équipes au coeur du processus de production des idées, des concepts créatifs et de leurs justifications, le tout dans une logique 360° , c'est à dire en admettant que les moyens pour toucher efficacement la cible sont potentiellement nombreux.

Apprentissages critiques ciblés :

- AC35.03 | Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- AC35.04 | Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

Mots clés :

Atelier – création – 360°

Volume horaire :

Volume horaire défini nationalement : 12 heures dont 8 heures de TP