

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

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

Les situations professionnelles

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

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

Les niveaux de développement des compétences

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

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

Compétence Décrypter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

Compétence Partager

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

Compétence Concevoir

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

Compétence Elaborer

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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

Compétence Piloter

B.U.T. Information-Communication

Parcours Communication des organisations

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