

Référentiel de compétences du BUT

Information-Communication

Parcours *Communication des organisations*

Décrypter

Partager

Concevoir
une stratégie

Élaborer
des moyens

Piloter
les relations

**Les compétences
et les composantes essentielles**

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

Les situations professionnelles

BUT *Information-Communication*

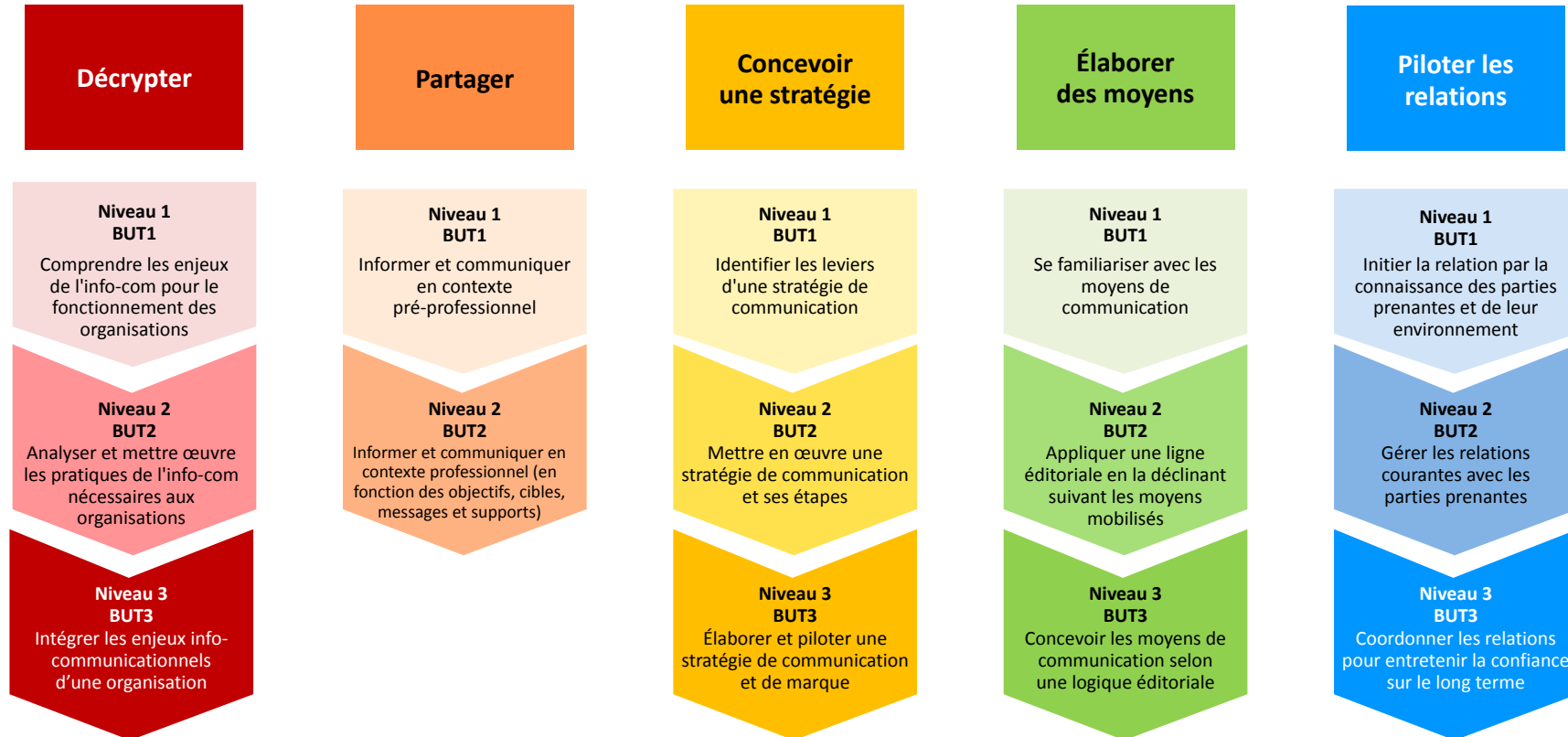
Parcours *Communication des organisations*

Décrypter	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">- Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie- Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires- En direction des publics, usagers, clients
Partager	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">- Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie- Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires- En direction des publics, usagers, clients
Concevoir une stratégie	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 solidaire- Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication interne- Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication externe
Élaborer des moyens	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">- Dans le cadre d'une production interne- Dans le cadre du pilotage de la création ou de la production par un sous-traitant
Piloter les relations	Situations professionnelles	<ul style="list-style-type: none">- En situation de relation sociale ou associative- En situation de relation commerciale ou financière- En situation de relation avec les publics ou les institutions territoriales- En situation de gestion et d'animation de communauté numérique

Les niveaux de développement des compétences

BUT *Information-Communication*

Parcours *Communication des organisations*



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

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1 BUT1

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

- Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel

Niveau 2 BUT2

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

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

Niveau 3 BUT3

Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation

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

Informer et communiquer au sein des organisations

- En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
- En réalisant des supports plurimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
- En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
- En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Niveau 1 BUT1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

Apprentissages critiques

- Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- Identifier les normes et formalismes professionnels en matière d'information-communication à l'échelle nationale et internationale

Niveau 2 BUT2

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

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

Concevoir une stratégie de communication

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

Situations professionnelles

- En réponse à un brief ou à un cahier des charges d'un commanditaire public, privé ou de l'économie sociale et solidaire
- Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication interne
- Dans le cadre de la définition d'une stratégie de communication externe

Niveaux de développement

Niveau 1 BUT1

Identifier les leviers d'une stratégie de communication

Apprentissages critiques

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

Niveau 2 BUT2

Mettre en œuvre une stratégie de communication et ses étapes

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

Niveau 3 BUT3

Élaborer et piloter une stratégie de communication et de marque

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

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

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

Situations
professionnelles

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

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1 BUT1

Se familiariser avec les
moyens de
communication

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

Niveau 2 BUT2

Appliquer une ligne
éditoriale en la déclinant
suivant les moyens
mobilisés

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

Niveau 3 BUT3

Concevoir les moyens de
communication selon
une logique éditoriale

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

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

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1 BUT1

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

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

Niveau 2 BUT2

Gérer les relations courantes avec les parties prenantes

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

Niveau 3 BUT3

Coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme

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