

Positionnement et objectifs du BUT Information-communication

Objectifs de la formation

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

Cette formation se caractérise par :

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

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

Inscription de la formation dans les orientations pédagogiques et les priorités de l'établissement/de l'IUT

La formation proposée dans le cadre du B.U.T. INFOCOM s'inscrit plus largement dans la volonté de notre université d'assurer ses missions de service public. Le département INFOCOM a ouvert ses portes en septembre 2015. Le passage à partir de 2021 du Diplôme Universitaire Technologique (D.U.T.) en 2 ans vers le B.U.T. en 3 ans a permis de repenser la formation INFOCOM en I.U.T. en cohérence avec les objectifs d'accueil, d'encadrement, de réussite et d'insertion professionnelle caractéristiques des formations professionnalisantes en I.U.T.

Les B.U.T. sont fondées sur l'approche par compétences et la démarche Portfolio. Elles comprennent ainsi des ressources, des Situations d'Apprentissage et d'Évaluations (S.A.É.) proposées en mode projet et des semaines de stages dès la première année qui s'ajoutent aux enseignements.

Chaque formation de B.U.T. suit un Programme National (P.N.) découpé en blocs de compétence et un référentiel de formation comprenant une part d'adaptation locale afin de répondre aux besoins du bassin économique.

5 compétences ont été définies pour le B.U.T. INFOCOM:

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

Le B.U.T. INFOCOM est proposée selon deux modalités : en formation initiale ou en formation en alternance (dès la 2^e année). Les périodes de stage (dès la 1^{ère} année) et la formation continue sont des moyens supplémentaires pour les préparer et les accompagner dans leur insertion professionnelle au sortir de la formation. La possibilité de faire reconnaître et valider des acquis de l'expérience dans les domaines de la communication s'inscrit plus largement dans une volonté de formation tout au long de la vie.

Le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. Le portfolio soutient donc le développement des compétences et de l'individualisation du parcours de formation. L'amélioration de la réussite nos étudiant·es repose notamment sur des parcours et des dispositifs adaptés (comme par exemple avec des heures de projet en autonomie et encadrées pour mener à bien les SAÉ).

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

Opportunité de la formation au regard des enjeux sociétaux et des besoins économiques du secteur professionnel concerné

Le parcours Communication des organisations du B.U.T. INFOCOM forme des communicant·es dont la tâche est de valoriser l'image d'organisations dans lesquelles ils et elles travaillent ou pour lesquelles ils elles sont engagé·es. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre la stratégie de communication de l'organisation qui les emploie, dans le but de valoriser son image, en interne comme en externe. Pour cela, elles et ils créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Doté·es de compétences relationnelles, elles et ils mettent en place des actions de

communication et de relations avec les publics. Les communicantes et communicants sont des créatrices et des créateurs de valeur par la diffusion et la promotion de l'information. La formation permet d'accéder aux métiers suivants : assistant·e de chargé·e de communication, de communication web, de relations publiques, de relations presse, chef·fe de projet event, planneur·euse stratégique, animateur·trice de communauté, etc.

Les questions du développement durable et des enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations sont abordées dans différentes ressources et S.A.É. au cours des 3 années de B.U.T. (Études des organisations, S.A.É. Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation, Responsabilité sociales des organisations, S.A.É. Expérimenter une démarche entrepreneuriale, Communication durable et R.S.E.).

Compétences visées (en lien avec la fiche RNCP)

Les cinq compétences transversales à tous les B.U.T. :

- Usages numériques : utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.
- Exploitation de données à des fins d'analyse : identifier, sélectionner et analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation ; analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation ; développer une argumentation en faisant preuve d'esprit critique.
- Expression et communication écrites et orales : se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française ; communiquer par oral et par écrit, de façon claire, dans au moins une langue étrangère.
- Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle : situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives ; respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale ; travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet ; analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique ; prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.
- Positionnement vis à vis d'un champ professionnel : identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder · Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte · Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

Les deux compétences communes à tous les parcours du B.U.T. INFOCOM :

- 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 ;

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

Les compétences spécifiques au parcours Communication des organisations du B.U.T. INFOCOM :

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