

# Référentiel de compétences du

B.U.T. *Information-Communication*

Parcours *Communication des organisations*

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

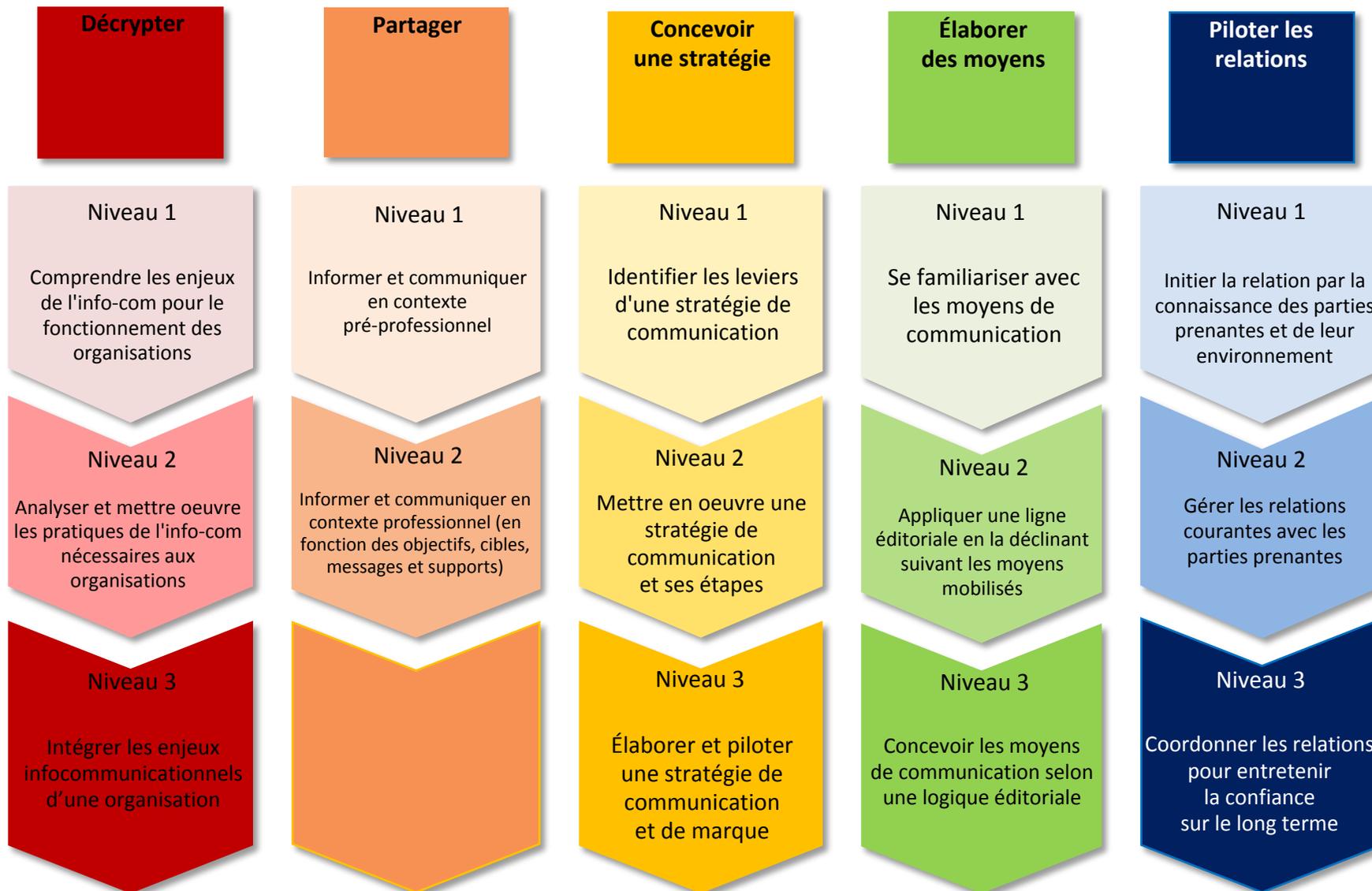
<b>Décrypter</b>	<b>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</b>	en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux 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
<b>Partager</b>	<b>Informier et communiquer au sein des organisations</b>	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
<b>Concevoir une stratégie</b>	<b>Concevoir une stratégie communication</b>	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
<b>Élaborer des moyens</b>	<b>Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)</b>	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
<b>Piloter les relations</b>	<b>Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)</b>	en identifiant les besoins spécifiques des parties prenantes en répondant aux besoins à l'aide de méthodologies et d'outils en optimisant les solutions proposées au regard des contraintes techniques, budgétaires, humaines, organisationnelles, juridiques en effectuant un suivi quantitatif et qualitatif des actions en s'inscrivant dans la stratégie de communication en intégrant les enjeux éthiques dans la relation

## Les situations professionnelles

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

<b>Décrypter</b>	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
<b>Partager</b>	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
<b>Concevoir une stratégie</b>	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
<b>Élaborer des moyens</b>	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
<b>Piloter les relations</b>	Situations professionnelles	En situation de relation sociale ou associative En situation de relation commerciale ou financière En situation de relation avec les publics ou les institutions territoriales En situation de gestion et d'animation de communauté numérique

# Les niveaux de développement des compétences



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

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

**Niveau 1**

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

Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal  
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**

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

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

**Niveau 3**

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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

## Informer et communiquer au sein des organisations

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

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

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

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

## Concevoir une stratégie communication

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

Situations  
professionnelles

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

Niveaux de  
développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

Identifier les leviers  
d'une stratégie de  
communication

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

### Niveau 2

Mettre en oeuvre une  
stratégie de  
communication  
et ses étapes

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

### Niveau 3

Élaborer et piloter  
une stratégie de  
communication  
et de marque

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

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

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

Situations  
professionnelles

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

Niveaux de  
développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

Se familiariser avec les  
moyens de  
communication

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

### Niveau 2

Appliquer une ligne  
éditoriale en la déclinant  
suivant les moyens  
mobilisés

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

### Niveau 3

Concevoir les moyens  
de communication selon  
une logique éditoriale

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

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

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

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

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

### Niveau 2

Gérer les relations courantes avec les parties prenantes

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

### Niveau 3

Coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme

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

# Référentiel de compétences du

B.U.T. *Information-Communication*

Parcours *Information numérique dans les organisations*

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

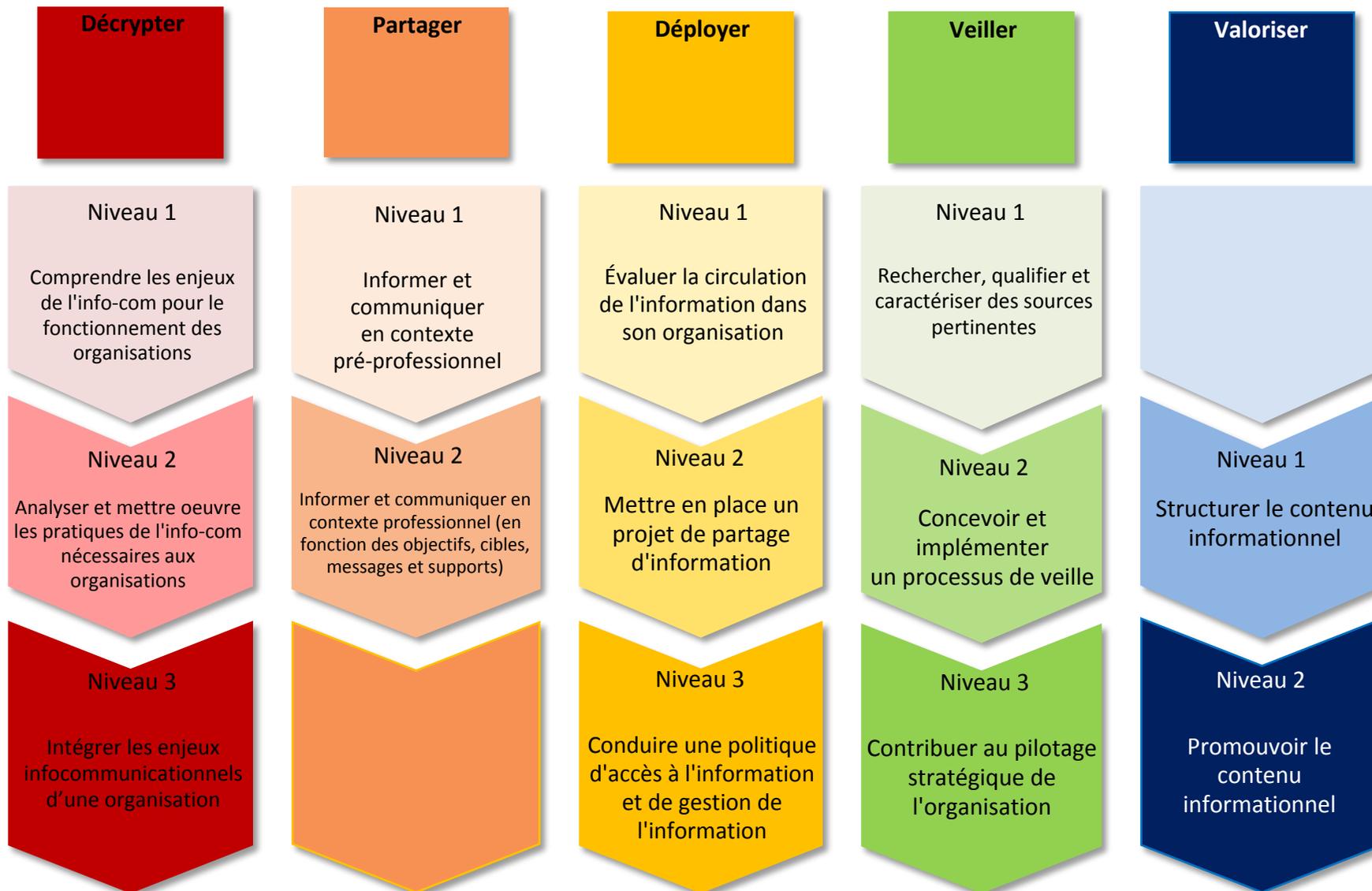
<b>Décrypter</b>	<b>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</b>	en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux 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
<b>Partager</b>	<b>Informer et communiquer au sein des organisations</b>	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
<b>Déployer</b>	<b>Déployer un environnement informationnel</b>	en identifiant les besoins des organisations et des usagers en définissant les politiques d'accès à l'information numérique en concevant un projet de gestion de l'information documentaire interne et/ou externe de l'organisation
<b>Veiller</b>	<b>Concevoir une démarche de veille</b>	en connaissant/identifiant toutes les sources et les techniques de recherche d'informations en concevant un système de veille avec les outils adaptés en participant à l'intelligence collective de l'organisation
<b>Valoriser</b>	<b>Valoriser l'information numérique</b>	en concevant et en animant un réseau social entreprise en rédigeant et en faisant évoluer les contenus selon les besoins et les règles de référencement en formalisant une stratégie numérique de valorisation de l'information

## Les situations professionnelles

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

<b>Décrypter</b>	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
<b>Partager</b>	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
<b>Déployer</b>	Situations professionnelles	Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information
<b>Veiller</b>	Situations professionnelles	Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information
<b>Valoriser</b>	Situations professionnelles	Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

## Les niveaux de développement des compétences



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

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

**Niveau 1**

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

Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal  
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**

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

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

**Niveau 3**

Intégrer les enjeux infocommunicationnels d'une organisation

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

## Informer et communiquer au sein des organisations

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

Situations professionnelles

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

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Informer et communiquer en contexte pré-professionnel

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

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

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

## Déployer un environnement informationnel

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

Situations professionnelles

Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation  
Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

Niveaux de développement

### Apprentissages critiques

#### Niveau 1

Évaluer la circulation de l'information dans son organisation

Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation  
Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers  
Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données documentaire pour en faciliter la recherche, par l'indexation et l'élaboration de résumés  
Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités  
Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

#### Niveau 2

Mettre en place un projet de partage d'information

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

#### Niveau 3

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

Concevoir une politique d'archivage et de conservation adaptée aux exigences législatives et aux besoins de l'organisme et de ses clients internes et externes  
Mettre en place et animer des réseaux de contributeurs et des communautés de pratiques ; inciter à la production informationnelle  
Évaluer la littératie numérique des usagers  
Utiliser des ontologies informationnelles pour organiser des bases de connaissances  
Élaborer et faire évoluer une politique des services et de produits documentaires

## Concevoir une démarche de veille

en connaissant/identifiant toutes les sources et les techniques de recherche d'informations  
en concevant un système de veille avec les outils adaptés  
en participant à l'intelligence collective de l'organisation

Situations  
professionnelles

Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation  
Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

Niveaux de  
développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

Rechercher, qualifier et  
caractériser des sources  
pertinentes

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

### Niveau 2

Concevoir et  
implémenter  
un processus de veille

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

### Niveau 3

Contribuer au pilotage  
stratégique de  
l'organisation

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

## Valoriser l'information numérique

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

Situations  
professionnelles

Dans les organisations : Les livrables sont effectués en interne dans l'objectif de participer au développement de l'intelligence économique ou de l'intelligence collective de l'organisation  
Dans les structures de consulting : Les livrables se font dans un objectif de développement et conseils, soit en agence de consultant, soit avec des prestataires extérieurs à la structure qui déploient des solutions de gestion de l'information

Niveaux de  
développement

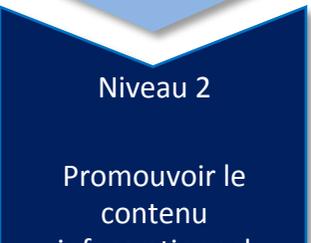
Apprentissages critiques



Niveau 1

Structurer le contenu  
informationnel

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



Niveau 2

Promouvoir le  
contenu  
informationnel

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