

INFORMATION ET COMMUNICATION

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS

- 1- Unités d'enseignement
- 2- Regroupements d'options pour certains enseignements
- 3- Organisation des études

MÉTIERS DU LIVRE (BIBLIOTHÈQUE, ÉDITION, LIBRAIRIE)

- Profil des métiers
- Objectifs de formation
- Programme

INFORMATION ET DOCUMENTATION D'ENTREPRISE

- Profil des métiers
- Objectifs de formation
- Programme

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- Profil des métiers
- Objectifs de formation
- Programme

PUBLICITÉ

- Profil des métiers et objectifs de formation
- Programme

JOURNALISME

- Profil des métiers et objectifs de formation
- Programme

TABLEAUX RECAPITULATIFS DES HORAIRES ET DES COEFFICIENTS

AVANT-PROPOS

Les départements information et communication des IUT préparent leurs étudiants à devenir des techniciens qualifiés et des acteurs compétents dans le champ de l'information et de la communication.

Cinq options sont proposées :

- 1 - Métiers du Livre : Bibliothèque, Édition, Librairie
- 2 - Information et Documentation d'Entreprise
- 3 - Communication d'Entreprise
- 4 - Publicité
- 5 - Journalisme

(Sous le terme " d'entreprise " sont désignées toutes les formes d'organisations : entreprises industrielles et commerciales, administrations, associations, collectivités...)

Ce programme fait converger les divers enseignements vers les métiers auxquels se destinent les étudiants.

D'une part, on constate l'émergence d'une double nécessité :

- Le champ de chaque métier s'est élargi : il faut donc que la formation soit plus ouverte.
- Les professions de l'information et de la communication sont proches les unes des autres : il faut donc une formation harmonisée qui tienne compte des nécessaires interfaces.

D'autre part, les techniques nouvelles exigent une formation plus " pointue " qu'auparavant.

La finalité du nouveau programme - et de la pédagogie qu'il préconise - est d'apporter aux étudiants des savoirs et des savoir-faire, soutenus par une véritable culture professionnelle, la synergie des deux permettant de donner aux étudiants :

- une efficacité immédiate,
- la possibilité d'évoluer à moyen et à long terme pour assumer des situations professionnelles mouvantes et très diversifiées.

Pour atteindre ces divers objectifs, le programme présente les caractéristiques suivantes :

1 - Trois unités d'enseignement dans chacune des options

Pour chaque option les disciplines sont regroupées en trois unités d'enseignement (UE).

1 - Savoir communiquer

2 - Comprendre l'environnement

3 - Maîtriser les méthodes et techniques professionnelles

Est ajoutée en deuxième année une quatrième unité d'enseignement sanctionnant les stages (des deux années) et le travail dirigé (mémoire, projet tutorés), intitulée : « Projets tutorés et stages ».

2 - Des regroupements d'options pour certains enseignements

Les enseignements sont propres à chaque option. Toutefois, quatre options peuvent être regroupées deux par deux pour l'enseignement de certaines disciplines en cours magistral.

- Information et Documentation d'entreprise et Métiers du Livre

- Communication d'entreprise et Publicité

Ces heures communes de formation bâtiront des passerelles entre des métiers voisins mais différents. Les autres disciplines seront enseignées de façon autonome et spécifique afin d'approfondir la technicité propre à chaque métier.

L'enseignement dispensé en Journalisme sera tout à fait autonome étant donné les spécificités très particulières de cette option.

La durée totale de la formation sera de 60 semaines en 2 années.

3 - Organisation des études

3.1 - Modalités d'admission des étudiants

L'admission des candidats aux départements Information et Communication sera prononcée par le jury sur la base d'un projet professionnel précis. L'étudiant sera admis dans l'une des options.

3.2 - Modalités de contrôle des connaissances et des aptitudes

● Passage en 2ème année

L'admission en seconde année est de droit lorsque l'étudiant a obtenu à la fois une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20 sur l'ensemble des matières affectées de leur coefficient et une moyenne égale ou supérieure à 8 sur 20 dans chacune des unités d'enseignement. Le jury peut proposer l'admission dans les autres cas.

● Obtention du DUT

Le diplôme universitaire de technologie est décerné aux étudiants qui ont obtenu à la fois une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20 sur l'ensemble des matières affectées de leur coefficient, y compris les projets tutorés et les stages, et une moyenne égale ou supérieure à 8 sur 20 dans chacune des unités d'enseignement. Le jury peut proposer la délivrance du diplôme universitaire de technologie dans les autres cas.

3.3 - Adaptations locales :

Pour chaque option, chaque département garde la liberté d'adapter le programme aux conditions locales d'encadrement pédagogique et de débouchés professionnels. Il dispose d'une marge d'adaptation locale de 20%.

3.4 - Stages :

Les stages constituent une part importante de la formation de l'étudiant.

Les enseignants du département assument la responsabilité de leur suivi et leur encadrement (notamment par des visites dans les entreprises d'accueil), de la notation. L'évaluation se fera à partir :

- d'appréciations fournies par l'entreprise sur les aptitudes générales du stagiaire,

- d'un mémoire et/ou d'un rapport de stage,

- d'une soutenance devant le jury.

Il est fortement recommandé que les départements organisent un stage dès la première année.

Sa durée est fixée par le règlement intérieur de chaque Département.

La durée totale des stages ne peut être inférieure à dix semaines.

L'ensemble des stages est pris en compte seulement en deuxième année dans l'UE 4.

3.5 - Modules capitalisables :

La liste des modules capitalisables prévue par l'arrêté du 20-4-1994 sera fixée ultérieurement par arrêté ministériel.

MÉTIERS DU LIVRE (BIBLIOTHÈQUE, ÉDITION, LIBRAIRIE)

Profil des métiers

Les professionnels des métiers du livre collaborent étroitement aux activités qui permettent de mettre à disposition du public toutes formes de documents (texte, image, son,...) sur toutes formes de supports (imprimés, magnétiques, électroniques,...).

Ils participent à la production éditoriale et à sa distribution dans les différents réseaux de vente. Ils s'attachent également à la conservation, la diffusion et la valorisation des documents dans les réseaux de bibliothèques et les musées.

Le DUT information-communication, option métiers du livre, vise à former des médiateurs spécialisés dans un ou plusieurs secteurs et ayant une forte connaissance du milieu interprofessionnel dans lequel s'exercera leur compétence.

Il donne accès à des concours ou à des emplois principalement dans quatre branches professionnelles:

1 - Bibliothèques et médiathèques

- Concours d'État de bibliothécaire-adjoint spécialisé (pour la Bibliothèque Nationale et les bibliothèques universitaires) et concours territoriaux d'assistant qualifié de conservation du patrimoine et des bibliothèques (bibliothèques municipales et bibliothèques départementales de prêt),

- Emplois qualifiés dans divers types de bibliothèques privées ou publiques (bibliothèques d'entreprise, d'hôpital, etc.).

2 - Librairies et autres formes de vente du livre

- Vendeurs, chefs de rayon, futurs gérants ou chefs d'entreprise,

- Gestionnaires de rayon et acheteurs de centrales d'achat dans la grande distribution.

3 - Édition, diffusion et distribution

- Représentants d'éditeurs ou de diffuseurs, délégués pédagogiques, courtiers, agents commerciaux, chargés d'études, attachés de presse, correcteurs de copie, chargés de secrétariat d'édition ou du suivi de fabrication.

4 - Musées et Patrimoine

- Concours d'État et des collectivités territoriales dans le secteur des musées des Beaux-Arts, des musées scientifiques et des musées du patrimoine.

Objectifs de formation

Les variations à court et à long termes du marché de l'emploi rendent nécessaire la polyvalence. Les objectifs sont donc d'assurer en deux ans la compétence technique indispensable au premier emploi et les bases permettant de s'adapter aux changements. Plusieurs types de capacités sont à développer :

Des capacités techniques et relationnelles

Chaque métier requiert des compétences particulières et la maîtrise d'outils spécifiques. L'informatique, par exemple, trouvera des applications différentes dans la chaîne éditoriale, dans la distribution du livre ou dans la constitution d'un catalogue de bibliothèque ou d'un réseau de CD-ROM.

L'éditeur, le libraire et le bibliothécaire devront se montrer aussi gestionnaires de leurs produits, de leur fonds et de leur service ou entreprise. Ils devront dialoguer avec des publics divers et aux attentes multiples.

Une capacité de jugement et de critique

Par des moyens adaptés, les étudiants devront développer l'indispensable sens critique propre à susciter les attitudes novatrices. Ils trouveront, dans l'approche des disciplines générales, l'occasion de se constituer un bagage de référence et une méthode pour la réflexion.

Une capacité d'adaptation et d'évolution

Le niveau de compétence technique requis dans l'exercice des métiers du livre s'accroît avec l'introduction massive dans ce secteur des technologies numériques. Les étudiants devront disposer d'une solide formation de base qui leur permettra de s'adapter aux changements techniques. Ils devront être capables de participer à l'analyse de nouveaux besoins et à la réflexion sur l'optimisation des produits et des services.

PROGRAMME

Unité d'enseignement 1 : Savoir communiquer (515h)

1.1 Bases théoriques (100h)

Objectifs : Connaître les fondements théoriques des métiers du livre et maîtriser la définition générale du champ scientifique

- 1.1.1 Etat de la recherche en sciences de l'information et de la communication
- 1.1.2 Les spécificités des différents supports d'information et de communication
- 1.1.3 Sociologie générale et théories de la communication

1.2 Techniques d'expression écrite et orale (115h)

Il s'agit de développer l'ensemble des qualités d'écoute, d'analyse du contenu des messages, de synthèse et d'expression.

1.2.1 Communication écrite

Objectifs: Aisance et justesse de l'expression écrite dans la vie professionnelle et aptitude à concevoir, rédiger et comprendre les textes professionnels.

- prise de notes
- correspondance
- comptes-rendus, rapports, mémoires
- communiqués, notes d'information
- notes de synthèse
- textes de présentation générale d'un projet

1.2.2 Communication orale

Objectif: Développer les capacités d'intervention efficace dans des situations interindividuelles ou de groupe.

- prise de parole en public
- maîtrise des éléments organisationnels et matériels (en particulier audiovisuels) qu'implique une présentation publique
- communication téléphonique
- participation à des groupes de travail
- techniques d'entretien, conduite de réunion

1.3 Langue et civilisation anglaises (150h)

1.3.1 Anglais (100h)

Objectifs: Maîtriser le vocabulaire des métiers du livre, comprendre les textes écrits courants et acquérir une aisance suffisante pour communiquer dans une langue étrangère. Connaître la littérature et la civilisation des pays concernés.

1.3.2 Pratiques professionnelles en anglais (50h)

- pratique de l'écrit et de l'oral en situation professionnelle
- réalisation de produits en langues étrangères
- utilisation des sources et traitement de documents en langues étrangères
- étude des structures professionnelles européennes dans le champ des métiers du livre
- recherche de stage ou d'emploi dans les pays européens

1.4 Langue et civilisation (autre langue) (150h)

Objectifs et contenus identiques à ceux qui sont précisés pour l'anglais.

1.4.1 Autre langue (100h)

1.4.2 Pratiques professionnelles en langue étrangère (50h)

Unité d'enseignement 2 : comprendre l'environnement (535h)

2.1 Le monde contemporain (120h)

2.1.1 Sociologie de la culture

Objectifs : Connaître les pratiques culturelles des Français, notamment les pratiques de lecture, les différents publics, les métiers et les nouveaux usages dans les lieux du livre.

2.1.2 et 2.1.3 Deux autres disciplines au moins doivent être choisies parmi les suivantes :

● Lettres contemporaines

Objectifs : Connaître les courants culturels contemporains, affiner les connaissances littéraires et être en mesure de produire des documents harmonieux et adaptés à leur public potentiel.

● Histoire contemporaine

Objectif : Acquérir les structures de référence utiles à la compréhension et à l'analyse des grands faits contemporains.

● Géographie économique

Objectifs : Connaître les données et comprendre les forces de l'équilibre économique en fonction du milieu géographique et humain.

● Anthropologie, ethnologie

Objectif : S'ouvrir à la compréhension des modes de fonctionnement et d'évolution des sociétés humaines.

● Arts contemporains

Objectif : Se familiariser avec l'évolution artistique contemporaine.

● Sciences politiques

Objectifs : Comprendre les événements de l'actualité, situer les composantes de la vie professionnelle dans le contexte de la vie publique.

● Tendances actuelles en sciences exactes et humaines

Objectifs : Conduire une réflexion sur les modèles théoriques des sciences dans le sens d'une vulgarisation, suivre des grands événements et découvertes scientifiques, accéder à la littérature spécialisée d'un bon niveau de vulgarisation scientifique.

2.2 L'environnement administratif, économique et juridique (140h)

Objectifs : Situer l'activité des entreprises privées et des structures publiques de la chaîne du livre dans leur contexte administratif, économique et juridique.

2.2.1 Organisation politique et administrative

- fonctionnement des institutions publiques françaises
- organisation administrative et politique

2.2.2 Economie

- concepts essentiels et vocabulaire de base
- étude des phénomènes économiques et sociaux contemporains
- économie des biens culturels

2.2.3 Droit

- principes généraux du droit et vocabulaire juridique de base
- éléments de droit commercial et de droit du travail
- droit de l'information, droit de la propriété littéraire et artistique

2.3 Le milieu et les structures (100h)

Objectifs : Définir et situer les métiers du livre aujourd'hui les uns par rapport aux autres et dans leur environnement national et international. Connaître les diverses structures de la chaîne du livre (organisation, fonctionnement, analyse du système livre).

2.3.1 Histoire du livre et bibliologie

Objectifs : Percevoir les évolutions historiques du livre : du papyrus au CD-ROM.

2.3.2 Structures et professions dans les métiers du livre

Objectifs : Appréhender la filière du livre à partir de l'édition, la diffusion et la distribution.

- importance du livre dans l'ensemble des industries culturelles
- les structures éditoriales : organisation de la production éditoriale, socio-économie des auteurs et des éditeurs, typologie des produits et tendances d'évolution de la production
- les structures de diffusion et de distribution : typologie et caractérisation des bibliothèques, musées, archives et librairies
- les structures de l'emploi dans les métiers du livre
- les associations professionnelles

2.3.3. Gestion des organisations

Objectifs : Comprendre le fonctionnement des organisations

- missions et objectifs des organisations
- étude des principales fonctions : marketing, finance, ressources humaines, logistique / approvisionnement,...
- contrôle de gestion : tableau de bord, traitement statistique,...

2.4 L'environnement technologique (175h)

Objectifs : Connaître et pratiquer les techniques employées dans les métiers du livre et utiles à l'ensemble de la spécialité. Avoir une bonne compréhension des technologies liées aux documents numériques et aux réseaux informatiques.

2.4.1 Informatique et Bureautique

- informatique de base
- connaissance et utilisation des matériels et logiciels courant

2.4.2 Documents numériques, réseaux et multimedia

- services et réseaux
- initiation aux techniques de l'image (fixe ou animée) et du son numérisés
- édition électronique

Unité d'enseignement 3 : Maîtriser les méthodes et les techniques professionnelles (570h)

Objectifs : Connaître et maîtriser les méthodes et techniques employées dans les différents métiers afin de pouvoir les utiliser en

situation professionnelle.

3.1 Production éditoriale et politiques d'acquisition (90h)

3.1.1 Étude de la production éditoriale

3.1.2 Politiques d'acquisition

3.2 Traitement des documents et informatique documentaire (90h)

3.2.1 Traitement du document

Objectifs : Maîtriser les différentes méthodes d'analyse et de description des documents et de l'information dans les diverses structures des métiers du livre. Comprendre l'importance de la normalisation et de la coopération.

3.2.2 Informatique documentaire

Objectifs : Maîtriser les méthodes de structuration de l'information en vue de son informatisation. Savoir utiliser les logiciels spécialisés.

3.3 Connaissance des sources et recherche d'information (90h)

3.3.1 Connaissance des sources d'information

Objectifs : Savoir identifier et utiliser les principales sources d'information.

3.3.2 Recherche documentaire

Objectifs : Maîtriser l'utilisation des principaux outils de recherche d'information sur les différents supports : imprimés, en ligne, CD-ROM, Internet,... Savoir mettre en œuvre une stratégie de recherche adaptée à la demande des différents publics.

3.4 Techniques spécifiques (100h)

En vue d'assurer une meilleure insertion professionnelle, chaque département offrira un approfondissement dans au moins deux des secteurs suivants:

- Bibliothèques : Traitement des documents, informatisation des bibliothèques, gestion des bibliothèques, accueil des publics et animation,...
- Édition : Suivi d'un projet éditorial ; secrétariat d'édition : gestion financière et des ressources humaines ; marketing et techniques commerciales,...
- Librairie : Gestion et techniques commerciales, conception et suivi de la politique d'assortiment, aménagement de l'espace,...
- Musées : Gestion et informatisation des collections, conservation préventive, techniques d'exposition, animation et action pédagogique,...

3.5 Ateliers, productions et réalisations (200h)

Objectifs: Assurer une synergie des enseignements en faisant appel aux connaissances acquises dans les différents cours.

Les travaux conduits dans ce cadre doivent déboucher sur des réalisations de type professionnel et contribuer à développer chez les étudiants une réflexion méthodologique et critique.

Exemples :

- réalisation de produits (catalogues, revues de presse, guides du lecteur,...)
- projet d'édition (livres, collections)
- constitution d'un rayon spécialisé en librairie ou d'un fonds en bibliothèque
- participation à des événements professionnels ou interprofessionnels (expositions, animations,...)
- projet de création d'entreprise

Unité d'enseignement 4 (uniquement en 2ème année) : Projets tutorés et stages

Les projets tutorés et les stages réalisés en 1ère année sont pris en compte en 2ème année dans cette unité d'enseignement 4.

4.1 Projets tutorés

4.2 Stages

Objectifs : Découvrir la réalité d'une organisation, mettre en pratique les acquis de la formation au cours d'un travail autonome et responsable

4.3 Mémoire

Objectifs : Développer un bilan et une analyse d'une pratique professionnelle ainsi qu'une réflexion originale liée l'expérience du stage. Le mémoire donne lieu à une soutenance devant un jury.

INFORMATION ET DOCUMENTATION D'ENTREPRISE

Profil des métiers

Les professionnels de l'information et de la documentation assument la collecte, la gestion et le transfert de l'information et, de ce fait, privilégient l'analyse, la mise en mémoire et la diffusion d'une information appropriée aux besoins des utilisateurs, dans les entreprises et les organisations. Ils gèrent donc des informations et des documents diversifiés, sur tous supports.

Les débouchés offerts par les entreprises aux étudiants formés dans cette filière sont variés du fait de la diversité du traitement de l'information dans les entreprises. Ils croissent en fonction de l'importance reconnue à l'information (scientifique et technique mais aussi économique et sociale) dans les processus de décision et de production.

Ainsi les futurs professionnels de l'information et de la documentation doivent-ils être des spécialistes polyvalents, capables de mettre en œuvre des stratégies de gestion des flux d'informations adaptées au contexte de l'entreprise

Le DUT information-communication, option information et documentation d'entreprise, ouvre aussi la possibilité de passer les concours de recrutement des personnels de l'Etat (bibliothécaire-adjoints spécialisés) et des collectivités territoriales (assistants qualifiés de conservation du patrimoine et des bibliothèques, option documentation, bibliothèques et archives)

Objectifs de formation

Développer des capacités techniques, organisationnelles et relationnelles

Le spécialiste de l'information et de la documentation devra faire preuve d'une réelle capacité de communication et de relation.

Il sera appelé à organiser les échanges entre utilisateurs du système auquel il participe, à analyser la demande, à adapter ses produits et ses services et à les évaluer, à faciliter les contacts.

Il doit être en mesure de comprendre le système auquel s'intègre son activité de traitement de l'information et de le resituer dans le système global d'information de l'entreprise. Il doit être capable de participer à l'analyse de nouveaux besoins et à la réflexion sur l'optimisation des produits, des outils et des services, capable également de contribuer à la structuration d'un système de production.

Il doit être en mesure d'animer une équipe et de s'y intégrer, au sein de son organisme, quel que soit son niveau de responsabilité future.

Développer le jugement et le sens critique

Par des moyens adaptés, les étudiants doivent développer l'indispensable sens critique propre à susciter des attitudes novatrices.

Ils trouveront par ailleurs dans l'approche des disciplines générales, l'occasion de se constituer un bagage de référence et une méthode pour la réflexion.

Développer des capacités d'évolution

Le niveau de compétence technique s'accroît avec la place tenue par les technologies avancées dans la vie des organisations.

Le professionnel de l'information et de la documentation doit être, par conséquent, un spécialiste ouvert et adaptable, capable au niveau de responsabilité qui est le sien, d'évoluer avec les innovations, son institution, et son environnement notamment européen et international.

PROGRAMME

Unité d'enseignement 1 : Savoir communiquer (515h)

1.1 Bases théoriques (100h)

Objectif : Définition générale du champ scientifique de la documentation.

1.1.1 Les sciences de l'information et de la communication

- Théories de la communication
- Information scientifique et technique
- Médias écrits et audiovisuels

1.1.2 Sociologie générale; psychologie sociale ; techniques d'enquêtes

1.1.3 Linguistique et sémiologie

1.1.4 Épistémologie

1.2 Expression écrite et orale (115h)

Il convient de développer l'ensemble des qualités d'écoute, d'analyse du contenu des messages, de synthèse et d'expression.

1.2.1 Communication écrite

a) Objectif : Aisance et justesse de l'expression écrite pour la vie professionnelle.

- Prise de notes
- Correspondance
- Comptes-rendus, rapports, mémoires

b) Objectif : Concevoir, rédiger et comprendre des textes professionnels, hors de l'analyse documentaire stricto sensu.

- Communiqués, notes d'information
- Notes de synthèse
- Textes de présentation générale d'un projet...

1.2.2 Communication orale

a) Objectif : S'exprimer oralement dans des situations interindividuelles ou de groupe.

- Prise de parole en public
- Maîtrise des éléments organisationnels et matériels (en particulier audiovisuels) que ces situations peuvent impliquer

b) Objectif : Intervenir efficacement en situation professionnelle.

- La communication téléphonique
- Participation à des groupes de travail
- Techniques d'entretien et négociation
- Conduite de réunion

1.3 Langue et civilisation anglaises (150h)

1.3.1 Anglais (100h)

Objectifs : Comprendre les textes écrits courants.

Maîtriser le vocabulaire courant.

Acquérir une aisance suffisante pour pouvoir accéder à des vocabulaires spécialisés.

Pour chacune des langues, outre l'apprentissage linguistique, on insistera sur la civilisation contemporaine des pays, notamment sur les aspects socio-économiques et sur l'étude des médias.

1.3.2 Pratiques professionnelles en anglais (50h)

Objectifs :

Faciliter les échanges écrits et oraux entre professionnels.

Permettre de participer à des colloques européens, voire d'accéder à des emplois dans les pays de l'union européenne.

Utiliser des ouvrages professionnels en langue étrangère.

Maîtriser le vocabulaire de l'information-documentation.

Connaître les structures professionnelles.

Réaliser des travaux professionnels (résumés, analyse et indexation de textes en langue étrangère;

réalisation de dossiers; participation à la construction de langages documentaires multilingues...).

Cet enseignement est plutôt réservé à la deuxième année.

1.4 Langue et civilisation (autre langue) (150h)

Objectifs et contenus identiques à ceux qui sont précisés pour l'anglais.

1.4.1 Langue (100h)

1.4.2 Pratiques professionnelles en langue étrangère (50h)

Cet enseignement est plutôt réservé à la deuxième année.

Unité d'enseignement 2 : Comprendre l'environnement (560h)

2.1 Le monde contemporain (120h)

L'étude de trois disciplines au moins, parmi celles qui sont proposées, est obligatoire.

Objectifs :

- Assurer l'aisance dans l'exploitation des documents.
- Donner des bases pour une possible spécialisation.
- Permettre au futur documentaliste une participation consciente et ouverte à l'activité de son entreprise.

2.1.1 Histoire contemporaine

Objectif : Acquérir les structures de référence utiles à la compréhension et à l'analyse des grands faits contemporains.

2.1.2 Géographie économique

Objectif : Connaître les données et comprendre les forces de l'équilibre économique en fonction du milieu géographique et humain.

2.1.3 Anthropologie - ethnologie

Objectif : S'ouvrir à la compréhension des modes de fonctionnement et d'évolution des sociétés humaines.

2.1.4 Lettres contemporaines

Objectifs :

- Connaître les courants culturels contemporains.
- Affiner les connaissances littéraires.
- Être en mesure de produire des documents harmonieux et adaptés à leur public potentiel.

2.1.5 Arts contemporains

Objectif : Se familiariser avec l'évolution artistique contemporaine.

2.1.6 Sciences politiques

Objectifs :

- Comprendre les événements de l'actualité.
- Situer les composantes de la vie professionnelle dans le contexte de la vie publique.

2.1.7 Tendances actuelles en sciences exactes et humaines

Objectif : Conduire une réflexion sur les différents modèles théoriques des sciences, dans le sens d'une vulgarisation.

- Suivi des grands événements et découvertes scientifiques
- Approche de disciplines appliquées à (ou couvertes par) la documentation
- Accès à la littérature spécialisée, d'un bon niveau de vulgarisation scientifique
- Perfectionnement de la rigueur et de la logique

2.2 Environnement administratif économique et juridique (165h)

Objectifs :

- Situer l'activité des entreprises dans leur contexte économique, juridique et administratif
- Se situer dans le contexte européen et international.

2.2.1 Économie générale, institutions et droit (100h)**2.2.1.1 Économie générale**

- Étude des phénomènes économiques et sociaux dans les sociétés contemporaines : éléments de méthodologie; notions fondamentales; éléments de théories économiques
- Actualité économique

2.2.1.2 Principales institutions administratives, politiques, sociales, syndicales, professionnelles**2.2.1.3 Droit**

- Principes généraux du droit
- Droit du travail
- Droit constitutionnel
- Droit de l'information

2.2.2 Économie d'entreprise (65h)

Objectifs :

- Faciliter l'insertion ultérieure de l'étudiant dans la vie de l'entreprise.
- Comprendre le système immédiat auquel s'intègre l'activité documentaire.

Comprendre le langage de l'entreprise.

- Théorie des organisations
- Typologie, structures et fonctions des organisations
- Étude des principales fonctions, et notamment :

administration

recherche- développement

communication

ressources humaines

fonction financière

fonction marketing

méthodes de management : qualité, analyse de la valeur, groupware...

2.3 Milieu professionnel et management des systèmes d'information (95h)**2.3.1 Milieu professionnel**

Objectif : Définir le cadre, l'identité professionnelle.

- Histoire, cadres et structure de la profession : documentation, bibliothèques, musées, archives, ainsi qu'organisations publiques et privées...
 - Les profils professionnels
 - Les organisations professionnelles
- Politiques d'information scientifique et technique

2.3.2 Management des systèmes d'information

Objectifs :

- Comprendre les besoins et les attentes de l'entreprise en matière d'information et de documentation et conduire une stratégie de développement.
- Situer la fonction et les activités d'information et de documentation dans l'ensemble des fonctions de l'entreprise,
- Comprendre le système d'information de l'entreprise.
- Participer au processus de veille stratégique.
- Manager globalement un système d'information documentation peu complexe.
- Management de l'information dans les organisations : fonctions de l'information, flux et types d'information, intelligence économique et veille stratégique, mémoire de l'entreprise, circulation de l'information
- Le système d'information global de l'entreprise et le système d'information documentation
- Approche système appliquée à l'étude et à la conception des systèmes d'information-documentation
- Méthodes de management et de gestion manuelle ou automatisée appliquées au système d'information-documentation
- Marketing appliqué au SID : concept marketing, stratégie de développement, approche service, étude des besoins en information, promotion du service et des prestations
- Gestion des ressources humaines
- Gestion des équipements
- Gestion financière : gestion budgétaire, notions de comptabilité analytique
- Évaluation du système d'information et des prestations documentaires, principes et méthodes : approche qualité, étude des coûts...

2.4 Environnement technologique (180h)

Objectifs :

- Maîtriser les bases de l'informatique, de la télématique et des réseaux.
- Connaître les techniques et les ressources utiles pour l'acquisition, le traitement et le transfert de l'information.

2.4.1 Informatique et bureautique (100h)

- Éléments matériels et fonctionnels des systèmes informatiques
- Systèmes d'exploitation des systèmes informatiques
- Typologie des réseaux
- Logiciels d'applications générales : TTX, tableurs, SGBDR

2.4.2 Réseaux et télématique (40h)

- Outils de réseaux : messageries, transferts de fichiers, Internet,...
- Télécommunication et informatique

2.4.3 Audiovisuel, édition électronique et multimédia (40h)

- Technique de l'image fixe, animée et du son
- CD ROM, CDI, Vidéodisque...
- Technologies avancées

Unité d'enseignement 3 : Maîtriser les méthodes et les techniques professionnelles (545h)

3.1 Traitement de l'information, des documents et des fonds spécifiques (160h)

3.1.1 Traitement de l'information et des documents (120h)

3.1.1.1 Le traitement du document : description et identification

Objectif : Savoir reconnaître un document et élaborer une stratégie de traitement documentaire.

- Identification et typologie des supports
- Traitement et classement
- Description bibliographique

3.1.1.2 Le traitement du document : sélection des documents

Objectif : Savoir, par rapport à une stratégie d'entreprise, choisir les supports d'information appropriés et optimiser leur acquisition.

- Modalités d'acquisition
- Événements de l'actualité éditoriale
- Fournisseurs : éditeurs, centrales d'achat...

3.1.1.3 Le traitement de l'information : méthodes et moyens

Objectifs :

- Extraire le contenu essentiel d'un document afin d'en optimiser signalement et la diffusion
- Participer à l'élaboration d'un langage documentaire.
- Analyse documentaire : indexation libre et contrôlée, résumés
- Synthèse documentaire
- Langages documentaires (utilisation et conception)
- classifications
- thesaurus

3.1.2 Traitement des fonds spécifiques (40h)

Objectifs : Application du traitement des documents et de l'information à des catégories spécifiques par leur contenu et leur support.

- Connaissance des méthodes et des technologies adaptées.

3.1.2.1 Archivistique

- Archives publiques : organisation, finalité, ressources
- Archives d'entreprise

3.1.2.2 Documents audiovisuels et multimédia

- Approche sémiologique
- Traitements documentaires

- Analyse et indexation
- Classement
- Automatisation

3.1.2.3 Documentation interne à l'entreprise : technique, réglementaire, commerciale...

3.2 Sources et prestations (105h)

3.2.1 Connaissance des sources et recherche d'informations (65h)

Objectif :

- Fourniture rapide d'information(s) pertinente(s) aux utilisateurs.
- Analyse et formulation de la demande d'information(s)
- Stratégie de recherche; prise en compte des supports (banques de données, CD ROM, Internet)
- Les sites-sources
- Les usuels permettant le repérage des divers types de documents
- Les outils permettant d'accéder au contenu (index, ...)
- Les principaux langages d'interrogation
- La recherche pratique sur banques de données internes ou externes
- Préparation à la recherche spécialisée dans un domaine
- Prise en compte des coûts de la recherche
- Évaluation de la pertinence

3.2.2 Produits et services documentaires (40h)

Objectif : Être capable

- d'exploiter les ressources documentaires
 - internes (situation de production)
 - externes (situation d'utilisation)
- de fournir une prestation documentaire sur mesure en réponse demande.
- Prestations et produits d'information : conception, réalisation et diffusion, (Diffusion sélective de l'information, revue de presse, dossier documentaire), évaluation .
- Utilisation des techniques modernes de réalisation et de diffusion (PAO, multimédia, outils de navigation...)

3.3 Informatique documentaire (80h)

Objectifs :

- Comprendre les possibilités et les limites de l'informatisation.
- Acquérir une méthodologie d'informatisation.
- Faire ressortir les synergies actuelles des outils et techniques de l'informatisation dans la dynamique d'un processus.
- Maîtriser les outils permettant le traitement de l'information dans son ensemble.

3.3.1 Les logiciels documentaires

- Étude fonctionnelle d'un logiciel documentaire
- Étude de logiciels spécifiques
- Notions de systèmes experts

3.3.2 Informatisation d'un système d'information-documentation et de banques de données documentaires

- Étude de faisabilité
- Cahier des charges
- Conception et pilotage

3.3.3 Intégration des systèmes documentaires dans des systèmes plus larges : réseaux électroniques, internet...

3.4 Agir en situation professionnelle (200h)

Ateliers, productions et réalisations :

Objectifs : À travers des travaux interdisciplinaires, les étudiants mettent en œuvre l'ensemble des connaissances acquises.

Ces travaux peuvent être liés à des opportunités conjoncturelles. Ils peuvent aussi mobiliser les étudiants durant des périodes assez longues. Il importe donc de dégager du temps et de solliciter les enseignants concernés pour assurer une véritable synergie des formations dans un but pédagogique.

La mise en situation professionnelle débouchera sur une réflexion méthodologique et permettra de maîtriser un processus et/ou de réalisation (objectifs, plannings, méthodes et moyens).

Exemples :

- Dossier d'information pour des utilisateurs
- Conception et réalisation de produits audiovisuels, en français ou en langue étrangère, sur un sujet lié aux techniques professionnelles ou à l'actualité
- Analyse des besoins, cahier des charges, étude des logiciels, des matériels et des coûts, dans le cadre d'une informatisation documentaire
- Étude, mise à jour et gestion du fonds documentaire et de la banque de données interne à l'établissement.
- Participation à un réseau inter-organisme
- Enquêtes, questionnaires auprès des clients réels, ou potentiels d'une unité de réalisation d'une salle d'auto-documentation...

Unité d'enseignement 4 : Projets tutorés et stages

Objectifs :

- Mettre en pratique la formation reçue.
- Développer une réflexion originale liée à l'expérience du stage.
- Développer un bilan et une analyse d'une pratique professionnelle.

Le ou les stages donneront lieu à la rédaction d'un mémoire et/ou d'un rapport et à sa (leur) soutenance devant un jury.

4.1 Projets tutorés

4.2 Stages

4.3 Mémoire et/ou rapport, soutenance devant un jury

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

Profil des métiers

L'option communication d'entreprise repose sur une approche stratégique de la communication.

Elle a pour finalité de former des professionnels de la communication interne et externe de tous les types d'organisations. La communication d'entreprise établit avec les publics visés une communication dont la mission est, à l'intérieur de l'entreprise, de contribuer à la gestion des ressources humaines et, à l'extérieur, de développer l'image de cette entreprise auprès de ses partenaires.

Objectifs de formation

Cette option prépare les étudiants aux fonctions de responsable de la communication interne ou du journal d'entreprise, de chargé de relations publiques, d'attaché de presse, de responsables des dossiers clients en agence de communication.

À l'issue de leurs études à l'IUT, les étudiants doivent maîtriser les savoirs et les savoir-faire nécessaires à l'exercice de leur profession et posséder une culture, dans le domaine de l'économie et des sciences humaines, qui leur permette de situer leur métier dans son environnement notamment européen et international et de participer à son évolution.

PROGRAMME

Unité d'enseignement 1 : Savoir communiquer (515h)

1.1 Les bases théoriques (110h)

Objectifs :

- Introduction aux processus et aux modèles de communication.
- Définition générale du champ de la communication d'entreprise.

1.1.1 Sciences de l'information et de la communication

-Théorie générale de la communication : approches linguistique, sémiologique, systémique

-Les médias

1.1.2 Sociologie générale, sociologie de la communication, communication sociale

1.1.3 Psychologie sociale et processus de communication, applications à la communication d'entreprise

1.2 Expression écrite et orale (105h)

1.2.1 Communication écrite

Objectif : Maîtrise de l'expression écrite pour la vie professionnelle. Il convient de développer l'ensemble des qualités d'analyse du contenu des messages, de synthèse et d'expression.

-Notes de service

-Rapport, compte-rendu

Objectif : Être capable de rédiger et d'évaluer des textes professionnels, en liaison avec les techniques des supports écrits.

-Correspondance professionnelle

-Circulaires

-Texte de présentation générale d'un projet

-Maîtrise de la mise en forme d'un document avec outils informatiques

1.2.2 Communication orale

Objectif : Capacité d'intervenir efficacement en relation individuelle ou en groupe.

- Techniques d'entretien

- Maîtrise des éléments organisationnels et matériels (en particulier audiovisuel) que ces situations peuvent impliquer

Objectif : Capacité d'intervenir efficacement en situation professionnelle

-Technique de négociation

-La communication téléphonique

-La conduite de réunions

1.3 Langues et civilisations

Deux langues étrangères dont l'anglais sont obligatoires.

La deuxième langue peut être l'allemand, l'espagnol ou toute autre langue dont le département peut assurer l'enseignement.

Pour chacune de ces langues, outre l'apprentissage linguistique, on insistera sur la civilisation contemporaine des pays, notamment les aspects socio-économiques et ceux liés aux médias.

Objectifs :

- Bonne compréhension de textes écrits courants. Maîtrise du vocabulaire courant.
- Compréhension et expression orale de discours courants en vue d'établir des échanges et de négocier des accords.
- Maîtrise du vocabulaire de la communication d'entreprise dans les langues étrangères.

1.3.1 Anglais (150h)

1.3.2 Autre langue (150h)

Pour chacune des langues, on insistera sur la terminologie professionnelle, l'étude des médias et l'étude de cas professionnels ainsi que sur la réalisation de produits en langue étrangère et l'envoi d'étudiants en stage dans des organisations à l'étranger.

Unité d'enseignement 2 : Comprendre l'environnement (530h)

2.1 Le monde contemporain (120h)

Trois disciplines au moins seront proposées par le département dans la liste suivante :

2.1.1 Histoire contemporaine

Objectif : Acquérir les structures de référence utiles à la compréhension et l'analyse des grands faits, contemporains.

2.1.2 Géographie économique

Objectif : Connaître les données et comprendre les forces de l'équilibre économique en fonction du milieu géographique et humain.

2.1.3 Anthropologie-ethnologie

Objectif : S'ouvrir à la compréhension des modes de fonctionnement et d'évolution des sociétés .

2.1.4 Lettres contemporaines

Objectif : Connaître les courants culturels contemporains ; être en mesure de produire des documents harmonieux et adaptés à leur public potentiel.

2.1.5 Arts contemporains

Objectif : Se familiariser avec l'évolution artistique contemporaine.

2.1.6 Sciences politiques

Objectif : Comprendre les événements de l'actualité ; situer les composantes de la vie professionnelle dans le contexte de la vie publique.

2.1.7 Tendances actuelles en sciences exactes et technologie

Objectif : Conduire une réflexion sur les différents modèles théoriques des sciences dans le sens d'une vulgarisation.

2.2 Environnement administratif, économique et juridique (115h)

Objectifs :

- Acquérir les connaissances de base et une méthodologie d'accès à l'information économique, juridique et administrative.
- Situer l'activité des entreprises dans leur contexte économique, juridique et administratif.
- Acquérir les connaissances économiques et juridiques nécessaires à l'activité professionnelle.

2.2.1 Économie générale

- Compréhension des faits économiques et sociaux, actualité économique
- Principales institutions administratives, politiques sociales, syndicales et professionnelles
- Mécanismes économiques de base
- Analyse sectorielle
- Rôle de l'Etat
- Conjoncture et croissance
- La communauté européenne

2.2.2 Droit

- Principes généraux du droit privé et du droit public
- Les actes de commerce
- Droit de l'information et de la communication : les droits d'auteur, droit de la presse écrite et audiovisuelle, droit du marketing
- Droit social

2.3 Économie d'entreprise et milieu professionnel (125h)

Objectif : Percevoir la complémentarité et les spécificités de la fonction communication dans une entreprise inscrite dans son secteur et dans son marché.

- Situer l'entreprise dans son rapport à ses partenaires : contraintes et choix internes et externes

2.3.1 Fonctionnement

- Théorie des organisations
- Approche systémique de l'entreprise en interaction
- L'entreprise ou l'organisation dans son rapport à ses clients et à ses usagers, à ses salariés et à son marché
- Evolutions, changements et adaptations de l'entreprise

2.3.2 Les grandes fonctions

- Management, management participatif, démarche qualité
- Marketing
- Gestion financière et comptable (notions)
- Gestion des ressources humaines

2.3.3 Milieu professionnel

Objectif : Définir le positionnement du métier de la communication d'entreprise

- Histoire de la communication d'entreprise
- Champs et pratiques de la communication d'entreprise (relations presse, relations publiques, communication institutionnelle, publique, financière, communication interne ...)
- La pratique de la communication d'entreprise en France et dans le monde
- Organisations professionnelles et déontologie
- Organisation et fonctionnement d'une agence, le marché des agences et son évolution
- Organisation et fonctionnement d'un service intégré

2.4 Informatique, bureautique et multimédia (170h)**2.4.1 Informatique**

Objectif : Connaissance et utilisation des matériels et des logiciels courants ; choix des outils adaptés aux besoins

2.4.2 Bureautique

Objectif : Mise en pratique des logiciels abordés ; consultation des banques de données et télématique

2.4.3 Multimedia

Objectif : Introduction au multimedia et aux nouvelles technologies de l'information

- Bases théoriques
- Introduction à l'écriture multimedia (scénarisation, écriture hypertexte et navigation)
- Supports

-Réseaux

Unité d'enseignement 3 : Maîtriser les méthodes et techniques professionnelles (280h)

3.1 Stratégies (100h)

Objectif :

- Comprendre la stratégie globale de l'entreprise
- Comprendre la finalité et les enjeux des actions d'information et de communication développées par une entreprise ou une organisation.
- Analyser les besoins, déterminer une stratégie.
- Evaluer le budget des actions entreprises.
- Adapter et promouvoir les produits et les services de la fonction Communication.

-Analyse et options stratégiques

-Les domaines de la communication d'une entreprise : interne, externe, financière, publique, commerciale, technologique

-Conception d'une campagne de communication

-Budgétisation des actions de communication

-Méthodes d'organisation

-Évaluation des résultats

3.2 Études (105h)

3.2.1 Méthodes de collecte et de traitement de l'information

Objectif : Maîtriser les techniques d'enquêtes, la recherche d'informations pertinentes et l'utilisation de logiciels nécessaires au traitement des données .

-Méthodes d'enquête (qualitative et quantitative) et analyse de contenu

-Etude de l'opinion

-Techniques de créativité

-Recherches documentaires, bases et banques de données

-Utilitaires informatiques : traitement d'enquête, tableurs et graphiques, traitement de fichiers et bases de données

3.2.2 Techniques d'études spécifiques

Objectif : Maîtriser les techniques d'études spécifiques de la communication d'entreprise.

Études de positionnement, d'analyse de l'environnement, des processus d'information et de communication ainsi que l'évaluation des moyens ou des actions engagés.

-Typologie et segmentation des publics

-Études d'image

-Analyse des communications internes et externes d'une entreprise

-Analyse des circuits

-Analyse des supports d'information

-Positionnement et évaluation des actions de mécénat et de parrainage

-Bilan des moyens d'information et de communication

3.3 Techniques et ateliers de production et de réalisation (290h)

3.3.1 Les techniques de communication

Objectifs : Gérer efficacement les relations avec les médias ; maîtriser les opérations de relations publiques ; concevoir et réaliser un événement ; connaître les techniques publicitaires appliquées à la promotion des organisations ; savoir mettre en œuvre l'élaboration, la conception et la diffusion d'un projet d'entreprise .

-Relations presse : communiqués, dossiers de presse, bulletins et journaux

-Organisation de salons, expositions, colloques, forums...

-Créations d'événement

-Mécénat et parrainage

-Publicité commerciale et publicité institutionnelle

-Projet d'entreprise

3.3.2 Les méthodes d'organisation de réunions

Objectifs :

• Identifier les différents types de réunion et mettre en œuvre les méthodes adéquates.

• Organiser les interrelations des diverses réunions de l'entreprise.

• Gérer les transferts d'information, le stockage et la diffusion des comptes rendus de réunion.

-Réunions d'information, de service, de négociation, assemblées générales

-Panels, groupes de travail, cercles de qualité

3.3.3 Ateliers , production , réalisations

-Études de cas de synthèse

-Actions individuelles ou collectives par exemple :

. Conception et réalisation de montages audiovisuels

. Conception, organisation et suivi d'un événement (foire internationale, salons, expositions.)

. Conception d'un projet de campagne de relations publiques (étude, stratégie, programme d'actions)

. Conception et réalisation de supports écrits (brochures dossiers de presse, journaux.)

3.4 Outils spécifiques (80h)

Objectif :

• Initier les étudiants à un large éventail de techniques d'édition, édition électronique, audiovisuelle et multimedia.

• Maîtriser certaines de ces techniques de manière plus opérationnelle selon les spécificités des départements. Rendre les étudiants aptes à dialoguer avec les professionnels.

3.4.1 La chaîne graphique

- Edition
- Fabrication
- Edition électronique
- PAO
- Graphisme
- Design (logotype, cahier de normes)
- Initiation à l'infographie

3.4.2 Audio-visuel

Objectif : initiation à la conception et à la production ; évaluation et utilisation de produits .

- Son
- Image fixe
- Image animée

Unité d'enseignement 4 : Projets tutorés et stages

4.1 Projets tutorés

Objectif : A travers des travaux interdisciplinaires à but pédagogique, dans le cadre d'ateliers débouchant sur des réalisations de type professionnel, les étudiants mettent en œuvre l'ensemble des connaissances acquises.

Ces travaux peuvent être liés à des opportunités conjoncturelles ; ils peuvent aussi mobiliser les étudiants durant des périodes assez longues. Il importe donc de dégager du temps et de solliciter les enseignants concernés pour assurer une véritable synergie des formations.

Ces travaux débouchent sur une réflexion méthodologique dont l'entraînement à l'organisation et aux méthodes de travail personnel et en groupe, afin de :

- prendre de la distance par rapport à sa propre pratique
- rechercher la qualité des études, des travaux universitaires et professionnels
- maîtriser un processus de production(objectif, planning, méthodes et moyens)

Les actions professionnelles évoquées dans le paragraphe consacré aux ateliers peuvent également faire l'objet de projets tutorés : par exemple l'évaluation critique et l'aménagement de supports de communication existants.

4.2 Stages

Objectif : Développer une réflexion originale liée à l'expérience du stage ; développer une analyse et un bilan d'une pratique professionnelle.

4.3 Mémoire

Le ou les stages donneront lieu à la production d'un mémoire et/ou d'un rapport de stage .

PUBLICITÉ

Profil des métiers et objectifs de formation

Former des publicitaires généralistes capables de trouver un emploi dans une agence de publicité, chez les afficheurs, dans un service de publicité d'entreprise, ou de collectivités territoriales et d'y exercer les fonctions d'assistant, de chef de publicité, de concepteur-rédacteur, de responsable de fabrication et de production, de chargé d'études, de média-planneur, etc...

Stratégie

Le moyen de réussir en publicité : la synergie entre formation généraliste et technologique. Les enseignements figurent à part égale dans le programme. Leur complémentarité est indispensable dans tous les métiers de la communication, mais cette ouverture est encore plus importante pour le futur publicitaire qui doit réaliser l'interface entre le produit, son fabricant et le consommateur.

Cette formation courte suppose ouverture d'esprit, curiosité pour toutes les activités contemporaines (économiques, artistiques, sociales et technologiques) .

Stratégie publicitaire et stratégie de formation

Le tableau suivant présente les relations entre les matières enseignées et les besoins professionnels :

(voir tableau page suivante)

Étapes d'un plan de campagne	Les champs culturels à investir	Les techniques à maîtriser
Les études	Le monde des consommateurs	Études qualitatives : psychosociologie, étude des comportements, socio-styles
Le marketing	Le monde de l'entreprise, des produits, de la distribution, des médias, des supports	Études quantitatives : économie des entreprises et des circuits de distribution
La recommandation	Le monde de la communication	Stratégie : organisation, mise en cohérence
La médiatisation	Le mode des supports	Socio-économie des médias, supports, gestion des plans-médias
La création	Tous les moyens d'expression : littérature, poésie, musique, cinéma, théâtre, expression plastique, graphisme	Toutes les techniques d'expression : écriture, cinéma, vidéo, photo, infographie, techniques graphiques, design
La production	Tous les moyens pouvant visualiser ou matérialiser la communication	Socio-économie : droit commun, droit commercial et de la communication techniques de production
La négociation	Les moyens de convaincre	Expression, psychologie, psychologie, économie et droit

PROGRAMME

Unité d'enseignement 1 : Savoir communiquer (575h)

Objectif : Acquérir des connaissances, des méthodes, des savoir-faire permettant au futur publicitaire de communiquer avec ses interlocuteurs, de se préparer à utiliser des techniques propre à la publicité

1.1 Bases théoriques (50h)

Objectif : Connaître les principaux éléments de la théorie de l'information et de la communication et les fondements théoriques de la publicité

1.1.1 La publicité dans le champ des sciences de l'information et de la communication

1.1.2 La publicité dans le monde des médias

1.1.3 Psychologie sociale : le concept de personnalité, besoins, désirs et réalité, statut et rôle, les groupes restreints

1.1.4 Publicité et psychologie

1.1.5 Sociologie générale et communication sociale

1.2 Expression publicitaire (115h)

1.2.1 Communication écrite

Objectifs : Ecrire, informer et convaincre

- Notes de synthèse

- Rapports et comptes-rendus

- Correspondance professionnelle

- Analyse et production d'écrits professionnels (élaboration de lettres d'informations professionnelles)

- Techniques d'argumentation

- Préparation à la conception-rédaction publicitaire en coordination avec le module 3.4

1.2.2 Communication orale

Objectifs : Capacité d'intervenir en situation professionnelle ; maîtrise des phénomènes relationnels dans diverses situations.

- Prise de parole en public

- Techniques d'entretien

- Argumentation, négociation

- Animation des divers types de réunions

- Maîtrise du téléphone

- Gestion des outils de communication audiovisuelle

1.2.3 Expression plastique, musicale, volumique

Objectif : Communiquer avec les prestataires de la publicité (graphistes, réalisateurs...)

- Approches des langages, codes, contraintes des différents modes d'expression

- Publicité et art contemporain

- Publicité et architecture
- Publicité et musique
- Publicité et design

1.3 Anglais (150h)

1.4 Autre langue (150h)

Objectifs : Utilisation des langues comme outil de communication en situation professionnelle tant à l'écrit qu'à l'oral. Connaissance de l'organisation et des techniques de la publicité dans les pays dont la langue est étudiée. Acquisition d'une aisance suffisante pour mettre en œuvre des techniques professionnelles dans les diverses langues. Les deux langues sont obligatoires .

Pour chacune des langues, outre l'aspect purement linguistique, on fera prendre en compte les réalités actuelles du pays considéré (modes, tendances, orientations culturelles...), les fonctionnements socio-économiques ainsi que les divers médias et leurs rôles respectifs dans les pratiques publicitaires (lecture et utilisation de la presse tant grand public que spécialisée).

Dans chacune des langues considérées, la connaissance de la terminologie et du fonctionnement professionnel devront permettre la mise en pratique de recommandations publicitaires dans la langue de chacun de ces pays .Une telle approche permettra d'envisager des stages professionnels à l'étranger, au sein même des entreprises publicitaires ou dans les services de communication des annonceurs.

1.5 Informatique de base , informatique publicitaire et PAO (110h)

Unité d'enseignement 2 : Comprendre l'environnement et les outils (550h)

Objectif : On entend par environnement professionnel aussi bien celui du service de publicité (agence ou annonceur) que l'ensemble du monde des entreprises. Cette unité d'enseignement apporte une formation aux données économiques ainsi qu'aux outils de base qui conditionnent l'exercice du métier de publicitaire.

Les modules qui le composent constituent un aspect de la culture générale du publicitaire qui lui permettra de progresser dans son métier, de changer plus facilement d'entreprise, de créer son entreprise .

2.1 Le monde contemporain (120h)

L'étude de trois disciplines au choix au moins, parmi celles qui sont proposées, est obligatoire.

2.1.1 Histoire contemporaine

Objectif : Acquérir les structures de référence indispensables, en publicité, à la compréhension et à l'analyse des grands faits contemporains.

2.1.2 Géographie économique

Objectif : Connaître les données et comprendre les forces et l'équilibre économique en fonction du milieu géographique et humain.

2.1.3 Anthropologie-ethnologie

Objectif : Comprendre les modes de fonctionnement et l'évolution des sociétés humaines.

2.1.4 Lettres contemporaines

Objectif : Compléter les connaissances littéraires, notamment pour améliorer les capacités rédactionnelles des futurs professionnels.

2.1.5 Arts contemporains

Objectif : Connaître les grands courants de l'actualité afin de pouvoir les utiliser à des fins professionnelles.

2.1.6 Sciences politiques

Objectif : Comprendre les événements de l'actualité ; situer les composantes de la vie professionnelle dans le contexte de la vie publique.

2.1.7 Tendances actuelles en sciences exactes et technologie

Objectif : Conduire une réflexion sur les différents modèles théoriques des sciences dans le sens d'une vulgarisation.

2.2 Environnements professionnel, économique et juridique (240h)

2.2.1 Le milieu : agences de publicité et organisation de la profession

Objectif : Connaître les structures , les organigrammes et le fonctionnement des agences régionales, nationales et multinationales.

- Organisation et fonctionnement d'une agence

- Les relations avec les annonceurs

- La rémunération des agences

- Les organismes professionnels

- Les agences de publicité dans le monde

- Les annonceurs internationaux

2.2.2 Organisation et gestion de l'entreprise

Objectif : Préparer les étudiants à s'intégrer dans l'entreprise (agence et annonceur), à en comprendre les besoins, les objectifs et les contraintes.

On accordera une importance particulière à la fonction commerciale de l'entreprise ainsi qu'à la gestion d'un budget publicitaire.

Organisation et fonctionnement de l'entreprise

- Qu'est-ce que l'entreprise ?

- L'environnement de l'entreprise

- Types et formes d'entreprise

- Les fonctions de l'entreprise

- Les cultures d'entreprise

- Synthèses de la presse professionnelle

L'entreprise (organisation et gestion)

- Principes de méthodes comptables. Détermination du résultat et bilan

- Eléments d'analyse comptable et financière

- Outils statistiques et représentations graphiques

- Gestion d'un budget de publicité

- Utilisation d'un logiciel de gestion

2.2.3 Environnement économique et juridique

Objectif : Acquisition de connaissances de base et d'une méthodologie d'accès à l'information économique et juridique

- Analyse de situation de l'activité des entreprises dans leur contexte économique et juridique.

Economie générale, compréhension des faits économiques et sociaux, actualité économique

- Revenus, monnaie et prix
- Interventions de l'état
- Conjoncture et croissance
- Economie et publicité
- Echanges internationaux

Droit

- Principes généraux du droit
- Elements de droit commercial et de droit social
- Droit de la publicité : règles de la profession, droits d'auteur et des personnes, concurrence déloyale, réglementation spécifique, notions de droit de la publicité dans les pays de l'Union Européenne
- Jurisprudence professionnelle au travers de la presse professionnelle

2.3 Outils d'études et d'enquêtes : logiciels de marketing (75h)

2.4 Organisation des médias et gestion du trafic (50h)

2.5 Suivi de fabrication, logiciels graphiques et de mise en page (65h)

Unité d'enseignement 3 : Méthodes et techniques professionnelles (495h)

3.1 Etudes et méthodes d'investigation (60h)

Objectif : Apprentissage des outils et méthodes de l'étude de marché à partir de la connaissance psycho-sociologique des consommateurs.

- Styles de vie et courants socioculturels
- Psychosociologie appliquée à la publicité
- Méthodes d'investigation
- Gestion de bases de données
- Etudes quantitatives (sondages , panels)
- Etudes qualitatives (entretiens, réunions, tests publicitaires)

3.2 Stratégie marketing (60h)

Objectif : Savoir comprendre une stratégie générale de marketing pour situer les actions de communication dans l'ensemble de la démarche

- Segmentation du marché
- Stratégie produit, marque, emballage, fixation des prix de vente
- Stratégie de distribution : connaissance et choix des circuits, marchandisage, force de vente, animation d'une équipe de vente
- Stratégie de communication dans l'ensemble de la stratégie marketing
- Eléments de marketing international

3.3 Stratégies de communication (75h)

Objectif : En fonction du positionnement marketing, maîtriser les interactions entre les différentes formes de communication et produire un plan de campagne.

- Définition des objectifs
- Positionnement, axe, concept
- Plate-forme créative
- Choix et dosage des différentes techniques de communication : publicité, relations publiques (en particulier sponsoring et mécénat), promotion des ventes (primes, jeux , réductions de prix, essais et échantillonnage), marketing direct (publipostage, annonce presse, téléphone télématique)
- Stratégie médias
 - . supports : radio, télévision, cinéma, affichage, presse, télématique et nouveaux supports
 - . audience : ODE/ODV
 - . média-planning
 - . méthodes d'étude d'impact publicitaire
 - . contrôle de diffusion
 - . achat d'espace
- Budget et calendrier
- Validation par procédure de contrôle de l'efficacité publicitaire (post-tests)

3.4 Création et production publicitaire (100h)

Objectif : Le plus souvent les publicitaires formés dans les IUT ne se destinent pas aux fonctions de création ; ils doivent cependant en connaître les techniques, les possibilités et les contraintes pour dialoguer efficacement avec les créatifs.

Création

- Ecriture publicitaire : slogan, accroche, rédaction publicitaire
- Ecriture graphique : logo, affiche, annonce presse
- Ecriture audiovisuelle : film, vidéo, spot-télé, spot-radio
- Design : esthétique industrielle, PLV , conditionnement

Production publicitaire

Objectif : connaître les possibilités et les limites techniques des principaux procédés de réalisation utilisés en publicité.

- Techniques graphiques
- Techniques audiovisuelles
- Techniques d'enregistrement
- Techniques de numérisation

Ces techniques doivent être étudiées en synergie avec les divers outils professionnels abordés dans les unités 1 et 2 .

3.5 Ateliers de production et réalisations (200h)

- Mise en situation préparant des réalisations encadrées auxquelles des professionnels donnent leur aval.

Unité d'enseignement 4 : Projets tutorés et stages

4.1 Projets tutorés

- Réalisations concrètes

4.2 Stages

Objectif : valider un savoir faire professionnel par une insertion directe en entreprise.

4.3 Mémoire professionnel et/ou rapport de stage de fin d'études

- Proposition d'une réponse originale à un problème de communication publicitaire donnant lieu à soutenance devant jury.

JOURNALISME

Profil des métiers et objectifs de la formation

Former des journalistes capables de travailler, au cours de leur vie professionnelle sur l'ensemble des médias, c'est à dire :

- la presse écrite, quotidienne ou magazine, généraliste ou pas,
- la radio,
- la télévision,
- les supports télématiques.

Si les savoirs fondamentaux sont les mêmes, on concevra aisément que les techniques mises en œuvre diffèrent, et que les formes d'écriture changent d'un média à l'autre.

Le métier du journaliste est d'informer. Cela implique qu'il soit bien sûr capable de rendre compte de ce qui se passe, mais aussi d'en éclairer et d'en expliquer les raisons; cela signifie qu'il possède lui même les savoirs de base nécessaires à la compréhension et à la mise en perspective de l'événement, et les savoirs de base nécessaires au traitement de cette information pour un public donné.

On notera que la formation, si elle donne une certaine maîtrise de l'image fixe (photo) et de l'image animée, si elle met à même les étudiants de se servir d'une caméra professionnelle, ne vise à former ni des reporters photographes (photojournalisme), ni, pour l'instant des journalistes reporters d'images. (JRI)

En revanche, la maîtrise de l'outil informatique est devenue indispensable. L'informatique a, en peu d'années, pris possession des salles de rédaction (saisie, mise en page, secrétariat de rédaction) et des ateliers de production; elle s'annexe aujourd'hui par l'intermédiaire du numérique le montage de l'image et du son, la prise de vue en images fixes. La caméra numérique arrive. La généralisation des réseaux informatiques met à portée d'ordinateur une information venue du monde entier dont le futur journaliste devra dominer l'utilisation.

Dans ce métier où les connaissances générales sont aussi le savoir professionnel, le programme tente de donner les bases suffisantes pour toute évolution ultérieure sur les plans à la fois des techniques et du savoir.

Plus que jamais enfin, compte tenu de la quasi simultanéité de l'information et de sa diffusion, le journaliste devra avoir été formé à une réflexion sur les conditions mêmes d'exercice de son métier. Cela passe aussi par une connaissance approfondie des institutions dans lesquelles il l'exerce. La déontologie n'a pas fait l'objet d'une rubrique précise, elle irrigue en permanence et en profondeur toute la formation.

PROGRAMME

Unité d'enseignement 1 : Savoir communiquer (535h)

1.1 Sciences de l'information, de la communication et autres sciences humaines (125h)

1.1.1 Sciences de l'information, de la communication (50h)

Objectif : Donner aux étudiants l'approche théorique et méthodologique de la communication et de l'information.

En particulier :

- Les notions historiques
- Les grandes théories fondamentales
- Les approches statistiques, linguistiques et sémiologiques
- L'analyse de presse

1.1.2 Sociologie et psychosociologie (75h)

Objectif : Donner les bases de la sociologie générale et en particulier la sociologie de la communication.

- Techniques d'enquêtes et d'interview

1.2 Expression écrite et orale (110h)

1.2.1 Expression écrite (85h)

Objectif : Maîtriser l'expression et la correction pour la production professionnelle.

- Compréhension des mécanismes de fonctionnement de la langue, analyse de texte, synthèse d'informations
- Rhétorique et stylistique, productions de textes pour des publics ciblés
- Écriture de presse,
- Ecrits professionnels

1.2.2 Expression orale (25h)

Objectif : Maîtriser l'expression en situation interindividuelle, de groupes, dans un environnement technique. (téléphone micro, caméra)

1.3 Langue et civilisation anglaises (150h)

Objectif : Développer les aptitudes de l'étudiant à s'informer en langue étrangère tant à l'écrit qu'à l'oral.

1.3.1 Anglais

1.3.2 Pratiques professionnelles en langue étrangère

Objectif : Mettre en œuvre des supports exclusivement étrangers dans des réalisations professionnelles de type écrit ou oral. Cet enseignement est plutôt réservé à la deuxième année.

1.4 Langue et civilisation (autre langue) (150h)

Objectif : Développer les aptitudes de l'étudiant à s'informer en langue étrangère tant à l'écrit qu'à l'oral.

1.4.1 Langue

1.4.2 Pratiques professionnelles en langue étrangère

Objectif : Mettre en œuvre des supports exclusivement étrangers dans des réalisations professionnelles de type écrit ou oral. Cet enseignement est plutôt réservé à la deuxième année.

Unité d'enseignement 2 : Comprendre l'environnement (565h)

2.1 Le monde contemporain 1 et 2 (240h)

Trois disciplines au choix, au moins

(Cette matière comporte une ou deux notes par année selon les choix pédagogiques du département.)

Objectif : Acquérir à la fois des savoirs permettant au futur journaliste de comprendre le monde aujourd'hui, et des méthodes de travail et de recherches.

Six disciplines ont été retenues :

2.1.1 Histoire avec une orientation nette sur le xx^e siècle permettant aux étudiants de mieux situer les événements actuels

2.1.2 Sciences politiques (la vie politique française contemporaine)

2.1.3 Géographie politique, démographie

2.1.4 Sciences économiques (grandes théories et grands mécanismes économiques)

2.1.5 Droit (principes généraux, institutions, constitution)

2.1.6 Arts et lettres (aussi bien les aspects historiques, l'héritage du passé que la vie intellectuelle et artistique du XX^e siècle)

2.2 Le monde de la presse et son environnement économique-juridique (125h)

Objectif : Connaître le milieu professionnel, son histoire et ses structures, sa déontologie.

2.2.1 Histoire de la presse

2.2.2 Organisation de la presse

2.2.3 Économie des entreprises de presse

2.2.4 Droit de la presse

2.3 Le monde de la technique (200h)

2.3.1 Photographie

Objectif : Les journalistes sont souvent, notamment en presse locale, contraints de prendre les photos des événements couverts, de développer les négatifs, parfois de tirer. Il ne s'agit pas toutefois d'en faire des photographes de presse

- Notions techniques,

- Prises de vues, développement, tirage

- Images numériques et logiciels de traitement de l'image

2.3.2 Caméra

Objectif : Ni monteur ni JRI, mais capable de savoir ce qui peut être demandé à l'un ou l'autre, ce qui est faisable et ce qui ne l'est pas.

- Notions techniques

- Prises de vue

- Montage analogique et numérique

2.3.3 Son

Objectif : Le journaliste radio est entièrement autonome.

- Notions techniques

- Prise de son, techniques micro

- Enregistrement téléphonique

- Montage traditionnel et montage numérique

2.3.4 Traitement de texte et PAO

Objectif : La maîtrise des traitements de texte et de la mise en page écran est requise.

- Maîtrise de traitements de texte et des logiciels de référence de mise en page écran

- Scanners

- Notions d'infographie

2.3.5 Documentation

Objectif : Non seulement la connaissance des principales sources traditionnelles de l'information, mais aussi une connaissance sommaire des grandes bases de données et des principes simples de leur consultation. Cela implique une initiation à l'interrogation.

2.3.6 Télématique, réseaux

- Utilisation des réseaux, (internet)

- Conception de pages écran, écriture hypertexte

2.3.7 Langages audio-visuels

Unité d'enseignement 3 : Maîtriser les méthodes et techniques professionnelles (520h)

Objectif : Ce sont les activités de base du journaliste. Leur maîtrise est essentielle. Elles couvrent les activités de terrain et les fonctions de traitement de l'information.

3.1 Presse écrite de terrain (185h)

3.1.1 Reportage et enquête (y compris les techniques d'écriture)

3.1.2 Ateliers de presse écrite

- Conception et réalisation de journaux-écoles

3.2 Traitement de l'information (85h)

3.2.1 Desk et secrétariat de rédaction

- Fabrication et traitement des dépêches

- Techniques traditionnelles du secrétariat de rédaction et secrétariat de rédaction informatisé

3.2.2 Ateliers de presse écrite

- Conception et réalisation de journaux-écoles (cf supra)

NB Les ateliers (100h) relèvent des deux matières et il y a une note portée pour 3.1 et une pour 3.2. En 3.2 ils ne sont pas redécomptés dans le chiffrage de la matière .

3.3 Radio (125h)

3.3.1 Écriture, reportage et magazine radio

3.3.2 Ateliers de radio

- Reportages,
- Interviews enregistrées, en direct, par téléphone
- Journaux enregistrés,
- Journaux en direct

3.4 Télévision (125h)

3.4.1 Écriture, reportage et magazine télé

3.4.2 Ateliers de télévision

- Reportages, tournage (initiation)
- Commentaires d'images
- Présentation de journal en direct
- Plateau de situation
- Interview enregistrée et en direct
- Magazine

NB Les ateliers

Objectif : Censés reproduire la réalité professionnelle, domaine privilégié de l'intervention des professionnels qui souhaitent trouver là les normes aussi proches que possible de la réalité, lieu particulier où se forment l'image et la crédibilité de l'institution, ils exigent un traitement particulier avec, pour la radio et la télévision, l'intervention conjointe d'un journaliste et d'un technicien de régie ou d'un monteur.

Unité d'enseignement 4 : Projets tutorés et stages

Objectif : Mettre en pratique les enseignements reçus et démontrer que l'étudiant est opérationnel.

4.1 Projets tutorés

4.2 Stages

4.3 Mémoire et/ou rapport avec soutenance devant un jury

TABLEAUX RÉCAPITULATIFS DES HORAIRES ET DES COEFFICIENTS

Options métiers du livre (bibliothèques, éditions et librairie)

1ère et 2ème années

UNITES D'ENSEIGNEMENT Matières	1ère année					2ème année					Total des heures		
	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication	Total	Coeff.	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication		Total	Coeff.
	C	TD	TP	TD/TP			C	TD	TP	TD/TP			
UE1 : SAVOIR COMMUNIQUER													
* bases théoriques	50	5	-		55	1	10	35	-		45	1	100
* expression écrite et orale	-	50	-	15	65	1	-	50	-		50	1	115
* langues et civilisations étrangères 1	-	-	-	82	82	1	-	-	-	68	68	1	150
* langues et civilisations étrangères 2	-	-	-	82	82	1	-	-	-	68	68	1	150
TOTAL 1	50	55		179	284	4	10	85		136	231	4	515
UE2 : COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT													
* le monde contemporain	60	-	-		60	1	60	-	-		60	1	120
sociologie de la culture+2 disciplines au choix													
* environnement administratif, économique et juridique	55	25	-		80	1	45	15	-		60	1	140
* le milieu et les structures	22	33	-		55	1	18	27	-		45	1	100
* environnement technologique, informatique et bureautique, produits électroniques, réseaux et multimedia	17	34	67		118	1	8	16	33		57	1	175
TOTAL 2	154	92	67		313	4	131	58	33		222	4	535
E3 : MAITRISER LES METHODES ET TECHNIQUES													
TECHNIQUES PROFESSIONNELLES													
* production éditoriale et politiques d'acquisition	15	35	-		50	1	10	30	-		40	1	90
* traitement des documents et informatique documentation	-	33	17		50	1	-	27	13		40	1	90
* connaissances des sources et recherche d'information	-	27	13		40	1	-	33	17		50	1	90
* techniques spécifiques (deux métiers au moins parmi les suivants : bibliothèque, édition, librairie, musées)	-	38	12		50	1	-	37	13		50	1	100
* ateliers, production et réalisations	-	24	72		96	1	-	26	78		104	1	200
TOTAL 3	15	157	114		286	5	10	153	121		284	5	570
TOTAL HORAIRES 1+2+3	219	304	181		179		151	296	154		136		737
UE4 : PROJETS TUTEURS ET STAGES													
* projets tutorés (300 heures)													1
* stages													1
* mémoire et/ou rapport, soutenance													1
TOTAL 4													3

* Les travaux dirigés sont organisés en groupe de 28 étudiants au maximum.

* La taille des groupes de travaux pratiques est la moitié de celle des groupes, de travaux dirigés.

* Toutefois certains TD ou TP peuvent, notamment pour des raisons techniques, comporter des effectifs plus restreints.

Option information et documentation d'entreprise
1ère et 2ème années

UNITES D'ENSEIGNEMENT Matières	1ère année				2ème année				Total des heures				
	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication	Total	Coeff.	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication	Total	Coeff.	
	C	ID	TP	TD/TP			C	TD		TP	TD/TP		
UE1 : SAVOIR COMMUNIQUER													
* bases théoriques	50	5	-		55	1	10	35	-		45	1	100
* expression écrite et orale	-	55	-	15	70	1	-	45	-		45	1	115
* langue et civilisation anglaises	-	-	-	90	90	1	-	-	-	60	60	1	150
* langue et civilisation (langue 2)	-	-	-	90	90	1	-	-	-	60	60	1	150
TOTAL 1	50	60		195	305	4	10	80		120	210	4	515
2 : COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT													
* monde contemporain	80	-	-		80	1	40	-	-		40	1	120
* environnement administratif, économique et juridique	45	55	-		100	1	65	-	-		65	1	165
* milieu professionnel et management des systèmes d'information	5	10	10		25	1	20	50	-		70	1	95
* environnement technologique	15	30	50		95	1	15	35	35		85	1	180
TOTAL 2	145	95	60		300	4	140	85	35		260	4	560
UE3 : MAÎTRISER LES METHODES TECHNIQUES PROFESSIONNELLES													
* traitement de l'information, des documents et des fonds spécifiques	5	65	20		90	1	5	65	-		70	1	160
* sources et prestations	5	45	15		65	1	5	35	-		40	1	105
* informatique documentaire	-	10	15		25	1	5	25	25		55	1	80
* agir en situation professionnelle	-	-	100		100	1	-	45	55		100	1	200
TOTAL 3	10	120	150		280	4	15	170	80		265	4	545
TOTAL HORAIRES 1+2+3	205	275	210	195	885		165	335	115	120	735		1620
UE4 : PROJETS TUTORES ET STAGES													
* projets tutorés (300 heures)												1	
* stages												1	
* mémoires et/ou rapport, soutenance												1	
TOTAL COEFFICIENTS 4												3	

* Les travaux dirigés sont organisés en groupe de 28 étudiants au maximum.

* La taille des groupes de travaux pratiques est la moitié de celle des groupes, de travaux dirigés.

* Toutefois certains TD ou TP peuvent, notamment pour des raisons techniques, comporter des effectifs plus restreints.

Option communication d'entreprise

1ère et 2ème années

UNITES D'ENSEIGNEMENT Matières	1ère année					2ème année					Total des heures
	C	TD	TP	Total	Coeff.	C	TD	TP	Total	Coeff.	
UE1 : SAVOIR COMMUNIQUER											
* bascs théoriques	35	30	-	65	1	25	20	-	45	1	110
* expression écrite et orale	-	50	10	60	1	-	35	10	45	1	105
* anglais	-	90	-	90	1	-	60	-	60	1	150
* autre langue	-	90	-	90	1	-	60	-	60	1	150
TOTAL 1	35	260	10	305	4	25	175	10	210	4	515
UE2 : COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT											
* le monde contemporain (3 disciplines)	60	-	-	60	1	60	-	-	60	1	120
* environnement administratif, économique, juridique	25	50	-	75	1	15	25	-	40	1	115
* économie d'entreprise et milieu professionnel	42	33	-	75	1	28	22	-	50	1	125
* informatique, bureautique, multimédia	22	24	64	110	1	12	12	36	60	1	170
TOTAL 2	149	107	64	320	4	115	59	36	210	4	530
UE3 : METHODES ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES											
* stratégies	12	48	-	60	1	8	32	-	40	1	100
* études	11	49	-	60	1	9	36	-	45	1	105
* techniques, ateliers de production et réalisation	-	58	62	120	1	-	82	88	170	1	290
* outils spécifiques	2	23	15	40	1	2	23	15	40	1	80
TOTAL 3	25	178	77	280	4	19	173	103	295	4	575
TOTAL HORAIRES 1+2+3	209	545	151	905		159	407	149	715		1620
UE4 : PROJETS TUTORES ET STAGES											
* projets tutorés (300 heures)										1	
* stages										1	
* mémoire et/ou rapport, soutenance										1	
TOTAL 4										3	

* Les travaux dirigés sont organisés en groupe de 28 étudiants au maximum.

* La taille des groupes de travaux pratiques est la moitié de celle des groupes, de travaux dirigés.

* Toutefois certains TD ou TP peuvent, notamment pour des raisons techniques, comporter des effectifs plus restreints.

Option publicité

1ère et 2ème années

UNITES D'ENSEIGNEMENT Matières	1ère année					2ème année					Total des heures
	C	TD	TP	Total	Coeff.	C	TD	TP	Total	Coeff.	
UE1 : SAVOIR COMMUNIQUER											
* bases théoriques	30	-	-	30	1	20	-	-	20	1	50
* expression publicitaire, expression esthétique	-	65	-	65	1	-	50	-	50	1	115
* anglais	-	90	-	90	1	-	60	-	60	1	150
* autre langue	-	90	-	90	1	-	60	-	60	1	150
* informatique de base informat. publicitaire et PREAO	4	32	14	50	1	6	38	16	60	1	110
TOTAL 1	34	277	14	325	5	26	208	16	250	5	575
UE2 : COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT ET LES OUTILS											
* le monde contemporain (3 disciplines)	60	-	-	60	1	60	-	-	60	1	120
* environnement prof. économique et juridique	53	67	-	120	1	52	68	-	120	1	240
* outils d'études et d'enquêtes	3	30	12	45	1	2	20	8	30	1	75
* organisation des médias et gestion de trafic	6	25	-	31	1	4	15	-	19	1	50
* suivi de fabrication	3	30	11	44	1	2	10	9	21	1	65
TOTAL 2	125	152	23	300	5	120	113	17	250	5	550
UE3 : METHODES ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES											
* études	5	15	10	30	1	5	15	10	30	1	60
* stratégies marketing	6	22	12	40	1	4	8	8	20	1	60
* stratégies de communication	12	21	12	45	1	8	14	8	30	1	75
* création et production publicitaire	12	36	12	60	1	8	24	8	40	1	100
* ateliers productions et réalisations	-	25	75	100	1	-	25	75	100	1	200
TOTAL 3	35	119	121	275	5	25	86	109	220	5	495
TOTAL HORAIRES 1+2+3	194	548	158	900		171	407	142	720		1620
UE4 : PROJETS TUTEES ET STAGES											
* projets tutorés (300 heures)										1	
* stages										1	
* mémoire et/ou rapport, soutenance										1	
TOTAL 4										3	

* Les travaux dirigés sont organisés en groupe de 28 étudiants au maximum.

* La taille des groupes de travaux pratiques est la moitié de celle des groupes de travaux dirigés.

* Toutefois certains TD ou TP peuvent, notamment pour des raisons techniques, comporter des effectifs plus restreints.

Option journalisme

1ère et 2ème années

UNITES D'ENSEIGNEMENT Matières	1ère année					2ème année					Total des heures		
	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication	Total	Coeff.	enseignements scientifiques et technologiques			langue expression communication		Total	Coeff.
	C	TD	TP	TD/TP			C	TD	TP	TD/TP			
UE1 : SAVOIR COMMUNIQUER													
* sciences de l'information, de la communication et autres sciences humaines	65	15	-		80	1	35	10	-		45	1	125
* expression écrite et orale	-	35	-	25	60	1	-	50	-	60	1	110	
* langue et civilisation anglaises	-	-	-	90	90	1	-	-	-	60	1	150	
* langue et civilisation (autre langue)	-	-	-	90	90	1	-	-	-	60	1	150	
TOTAL 1	65	50		205	320	4	35	60		120	215	4	535
UE2 : COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT													
* le monde contemporain (1 et 2) (trois disciplines au moins au choix)	75	45	-		120	1	75	45	-		120	1	240
* le monde de la presse et son environnement économico-juridique	55	10	-		65	1	25	35	-		60	1	125
* le monde technique	38	-	20	77	135	1	-	-	10	55	65	1	200
TOTAL 2	168	55	20	77	320	3	100	80	10	55	245	3	565
UE3 : MAITRISER LES METHODES ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES													
* presse écrite de terrain	-	50	50		100	1	-	35	50		85	1	185
* traitement de l'information	-	50	-		50	1	-	35	-		35	1	85
* radio	-	25	30		55	1	-	-	70		70	1	125
* télévision	-	25	30		55	1	-	-	70		70	1	125
TOTAL 3		150	110		260	4		70	190		260	4	520
TOTAL HORAIRES 1+2+3	233	255	130	282	900		135	210	200	175	720		1620
UE4 : PROJETS TUTEURS ET STAGES													
* projets tutorés (300 heures)												1	
* stages												1	
* mémoires et/ou rapport, soutenance												1	
TOTAL 4												3	

* les travaux dirigés sont organisés en groupe de 28 étudiants au maximum.

* La taille des groupes pratiques est la moitié de celle des groupes, de travaux dirigés.

* Toutefois certains TD ou TP peuvent, notamment pour des raisons techniques, comporter des effectifs plus restreints.