

BUT Information-Communication : Publicité

Activités	Liste des compétences	Modalités d'évaluation
<p>Analyse des pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international : · 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</p>	<p>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</p> <p>· 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 · 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 · 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</p>	<p>Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...</p>
<p>Information et communication au sein des organisations : · 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</p>	<p>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</p> <p>· 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 · 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</p>	<p>Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...</p>
<p>Analyse d'une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes : · Dans le cadre d'une étude de marché et d'un diagnostic marketing · A l'occasion de la gestion d'un portefeuille produits · Dans une logique prospective en matière de tendances et de comportement consommateur</p>	<p>Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes : · En prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque · En définissant la stratégie marketing · En mettant en œuvre la phase de marketing opérationnel et les outils préconisés</p> <p>Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes : · Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat · Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente · Comprendre et qualifier une identité de marque · Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients · Concevoir une stratégie marketing · Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.) · Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité</p>	<p>Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...</p>

Activités	Liste des compétences	Modalités d'évaluation
<p>Conception de solutions créatives et innovantes : · En réponse à un brief créatif · Dans le cadre de la communication de marque · Dans une logique de déclinaison plurimédia (hors et en ligne)</p>	<p>Concevoir des solutions créatives et innovantes : · En définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité · En élaborant des concepts créatifs et innovants · En produisant des solutions créatives adaptées</p> <p>Concevoir des solutions créatives et innovantes : · S'initier aux méthodes de créativité · User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.) · Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia · Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques · Utiliser les méthodes de la stratégie de création · Développer la créativité et le sens esthétique · Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique · Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatifs · Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur · Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.) · Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique · Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)</p>	<p>Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...</p>
<p>Élaboration et déploiement de la stratégie de communication publicitaire : · Dans le cadre de l'élaboration de la stratégie de communication d'une marque · En situation d'exploitation et de valorisation des espaces au sein d'une agence média ou d'une régie · En situation de conseil commercial et stratégique au sein d'une agence ou chez l'annonceur</p>	<p>Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire : · En s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée · En architecturant une stratégie des moyens publicitaires · En respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales · En accompagnant le client et en proposant des outils d'évaluation de la stratégie</p> <p>Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire : · Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports · Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires · Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur · Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité · Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données · Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent · Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.) · Budgétiser une campagne · Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges · Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires · Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique) · Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur · Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque</p>	<p>Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...</p>
<p>Usages numériques : · Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe</p>	<p>Usages numériques : · Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.</p>	<p>Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises.</p>
<p>Exploitation de données à des fins d'analyse : · Identifier, sélectionner et analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation · Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation · Développer une argumentation en faisant preuve d'esprit critique</p>	<p>Exploitation de données à des fins d'analyse : · Identifier, sélectionner et analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation · Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation · Développer une argumentation en faisant preuve d'esprit critique</p>	<p>Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises.</p>
<p>Expression et communication écrites et orales : · Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française · Communiquer par oral et par écrit, de façon claire, dans au moins une langue étrangère</p>	<p>Expression et communication écrites et orales : · Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française · Communiquer par oral et par écrit, de façon claire, dans au moins une langue étrangère</p>	<p>Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises.</p>

Activités	Liste des compétences	Modalités d'évaluation
<p>Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle : · Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives · Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale · Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet · Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique · Prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle</p>	<p>Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> · Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives · Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale · Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet · Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique · Prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle 	<p>Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises.</p>
<p>Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel : · Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder · Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte · Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs</p>	<p>Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> · Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder · Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte · Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs 	<p>Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises.</p>