REFERENTIEL BTS COMMUNICATION

PRINCIPES GENERAUX

Le présent document vise à expliciter et justifier certains choix qui ont présidé à l'écriture du projet. L'élaboration du référentiel de certification s'inspire de principes issus de l'analyse du travail et de la didactique professionnelle qui ont conduit aux choix suivants :

- **Une imbrication étroite entre le référentiel des activités professionnelles et le référentiel de certification** : C'est ainsi que l'on retrouve les 3 fonctions F1, F2 et F3 dans la structuration des compétences, dans la description des unités d'enseignement et des unités de certification.

- **Une organisation du référentiel de certification autour des situations de travail** : Les compétences étant par nature « situées » c'est à dire mobilisées dans des situations de travail précises, il paraît nécessaire de procéder à un inventaire exhaustif des situations de travail devant être maîtrisées à l'issue du BTS Communication. C'est ainsi qu'ont été définies des « classes de situations » appartenant à chacune des trois fonctions. Ces classes ont été décrites ainsi que les situations leur appartenant.

- **Une articulation des situations de travail avec les compétences et les savoirs associés**. Pour chaque situation, ont été définis la ou les compétences associées, les critères d'évaluation, ainsi que les savoirs à mobiliser pour réaliser la tâche et atteindre l'objectif fixé.

- **Une approche des savoirs au plus près des situations de travail**. En formation professionnelle, il est nécessaire d'identifier les savoirs nécessaires à l'action (savoirs pragmatiques) ; cette exigence implique de poser des limites aux savoirs académiques pour donner du sens aux enseignements. C'est ainsi qu'ont été définis notamment les programmes de Cultures de la Communication et de Droit appliqué à la Communication.

- **Un positionnement de l'expérience professionnelle au cœur de la formation et de la certification.** L'expérience professionnelle est comprise ici comme l'ensemble des situations de travail rencontrées par le jeune pendant la formation qu'elles soient vécues en réel, simulées ou observées. Cette volonté se traduit par :
    - L'utilisation du « passeport professionnel », élément central du dispositif de formation et de certification (il est utilisé directement dans les épreuves E4 et E6)
    - L'aménagement d'ateliers « Production » et de « Relations » qui constituent des espaces privilégiés pour travailler ces situations.

LES SAVOIRS ASSOCIÉS DU DOMAINE GÉNÉRAL

Les Cultures de la Communication (CC)

L'intitulé même du BTS « Communication » implique une place spécifique accordée à l'étude de la communication, de ses acteurs, de ses enjeux, de ses modalités, de ses composantes et de ses contenus. Cette approche rhétorique et linguistique de la communication doit néanmoins s'ouvrir à une approche, plus large, de la culture générale et de la culture professionnelle : pour comprendre ou produire des messages, pour maîtriser les enjeux de ses pratiques professionnelles, l'étudiant en BTS « Communication » doit acquérir un certain bagage culturel.

Cultures de la Communication et culture générale

La notion même de culture générale est problématique, et il importe de cerner les compétences et les connaissances pertinentes pour la pratique de la communication. Aucune des acceptions courantes de l'expression *culture générale* n'est intégralement satisfaisante, ce qui ne signifie pas qu'il faille les rejeter mais qu'il est important de les mettre en perspective au regard des pratiques effectives des professionnels de la communication. En effet, l'efficacité d'un message nécessite au préalable une connaissance relativement précise de la culture du destinataire du message, culture qu'on qualifie parfois trop rapidement de « générale ».

En réalité, ce terme recouvre différentes cultures, dont l'étudiant doit connaître les principales composantes. Aussi cette culture dite générale sera-t-elle déclinée en :

- culture commune, participant à la construction d'une identité collective ;
- culture dominante, objet ou outil d'une stratification sociale ;
- culture communautaire, moyen d'une différenciation fondée sur l'appartenance à tel ou tel groupe ;
- culture du présent et des tendances, construite par une veille culturelle attentive aux débats contemporains ;
- culture des médias enfin, qui permette une connaissance de l'histoire et des spécificités des outils que le futur diplômé sera amené à exploiter dans sa vie professionnelle.

Cultures de la Communication et analyse critique

L'un des enjeux de l'enseignement de Cultures de la Communication est de donner à l'étudiant le recul nécessaire à l'analyse critique d'une situation de communication. Si les autres enseignements construisent les outils méthodologiques et techniques nécessaires à la pratique de la communication, il incombe aux Cultures de la Communication d'être un espace de réflexion, dans lequel la situation de communication est mise à distance pour être observée, analysée et interprétée. L'un des objectifs sera donc, par exemple, de confronter l'image réelle d'un annonceur et l'image qu'il souhaite véhiculer ; de la même manière, l'étudiant devra être à même de distinguer les représentations relatives à tel ou tel public (les seniors, les PCS supérieures, etc.) et leurs réalités sociologiques (qu'elles soient, donc, socio-démographiques ou socio-économiques). Ainsi définies, les Cultures de la Communication

consistent en l'analyse critique d'une situation de communication, en termes d'énonciation, de message, de profil de l'annonceur (l'émetteur) ou de la cible (le destinataire).

Cultures de la Communication et pratiques professionnelles

Les Cultures de la Communication n'interviennent pas seulement dans l'interprétation d'une situation de communication et dans l'élaboration des concepts et des outils d'analyse : elles jouent aussi un rôle actif dans la production d'une situation de communication et dans la rédaction du message. C'est en particulier le rôle dévolu à l'Atelier Production et à l'Atelier Relations Commerciales, marqués par la collaboration transdisciplinaire de divers enseignants, dont ceux de Cultures de la Communication. Ces ateliers doivent être l'occasion d'une pratique régulière de l'écriture professionnelle.

L'étudiant en BTS Communication se trouve en effet confronté à un exercice difficile, qui consiste à adopter l'argumentation, les valeurs et la culture d'un locuteur qui n'est pas lui (l'annonceur), en l'adaptant aux valeurs et à la culture de sa cible, tout en tenant compte des spécificités du canal ou du médium que son message empruntera. Cette triple contrainte structure toute réflexion sur les savoirs mobilisés dans un cursus destiné à former des professionnels de la communication.

Les Cultures Technologiques de la Communication (CTC)

Les Cultures Technologiques de la Communication se définissent par l'articulation d'un corpus de compétences dans le domaine des technologies numériques, dédiées ou simplement requises par les métiers de la communication, à une réflexion sur leurs utilisations présentes et futures.

L'étudiant devra donc acquérir des connaissances opérationnelles, notamment au travers des ateliers « Production » et « Relations Commerciales » (sans que ceux-ci soient les lieux exclusifs d'appropriation de compétences numériques). A ce premier niveau, indispensable mais non suffisant, doit s'ajouter une pratique continue de veille critique sur les implications des nouvelles technologies numériques, les services innovants mais aussi les recompositions économiques du secteur.

Il s'agit donc bien de cultiver des compétences et une réflexion dans un domaine où l'uniformisation numérique des supports autrefois distincts, tout autant que l'interconnexion des différents médias (dont certains émergents), induisent une synergie entre l'efficacité professionnelle et la curiosité intellectuelle.

Les compétences numériques proprement dites se subdivisent en :

- « Informatique organisationnelle », visant l'autonomie et l'adaptabilité du futur diplômé sur son lieu de travail. Ces contenus seront vus dans les enseignements de Veille Opérationnelle (F3) et réinvestis lors des ateliers Production et Relations Commerciales.
- « Informatique de production », développant les compétences requises dans la production ou le suivi de production de supports de communication. Ces contenus seront vus dans les enseignements de Projet de Communication (F1) et réinvestis lors des Ateliers Production.
- « Informatique relationnelle et commerciale », plus particulièrement adaptée au conseil et à la relation annonceur. Ces contenus seront vus dans les enseignements de Conseil et Relation Annonceur (F2) et réinvestis lors des ateliers Relations Commerciales.

La recension ci-dessous ne saurait prétendre à l'exhaustivité, ni avoir aucun caractère limitatif au regard de l'évolution des technologies et des services.

Le Droit de la communication

Le droit de la communication constitue un champ spécifique du droit qui est cependant essentiel dans les activités relevant d'un titulaire du BTS Communication en raison notamment de l'accroissement de la réglementation propre au secteur et d'autre part de la multiplication des situations de conflits juridiques liés aux activités de communication. La capacité à prendre en compte la contrainte juridique est par ailleurs une exigence forte émanant des professionnels.

Le référentiel de droit des BTS tertiaires propose un tronc commun de connaissances juridiques qui peut être, le cas échéant, complété par des connaissances juridiques spécifiques à chaque BTS. Pour le BTS Communication, le programme du tronc commun est bien adapté notamment dans son approche du Droit « *à partir de situations concrètes de travail* » et dans son contenu qui intègre, par exemple, largement « l'immatériel », mais il ne peut prendre en compte l'ensemble des savoirs dont la maîtrise est nécessaire à de futurs opérationnels de la communication.

C'est cet ensemble de savoirs qui est recensé sous l'appellation « Droit de la Communication ». Il ne s'agit pas ici d'atteindre un niveau d'expertise juridique mais de faire appréhender, en s'appuyant sur la réalité professionnelle, le statut mais aussi les responsabilités de chaque acteur du secteur ainsi que les règles à respecter et les précautions à prendre pour que les actions professionnelles de communication restent dans un cadre légal.

LES SITUATIONS PROFESSIONNELLES

Principes d'un référentiel de situations de travail

Le référentiel de certification du BTS Communication vise à identifier les compétences nécessaires et les conditions dans lesquelles elles sont mobilisées pour atteindre un niveau de performance généralement attendu dans le secteur.

Identifier les compétences et les processus de leur construction revient à analyser au plus près l'action de travail et les conditions dans lesquelles elle est amenée à se réaliser. C'est pourquoi, deux principes empruntés à la didactique professionnelle et à l'analyse de l'activité ont guidé l'élaboration du référentiel de certification du BTS Communication :

- Le premier principe est que toute compétence est mobilisée dans une situation de travail précise. La notion de *situation* occupe donc une place prépondérante dès lors qu'il s'agit d'aborder les compétences professionnelles. L'idée est qu'en formation professionnelle, ce ne sont pas les savoirs scientifiques et techniques qui sont premiers, mais les situations. Celles-ci sont complexes, globales, diverses et marquées par la variabilité. Il s'agit donc de partir des situations et de l'activité déployée par les professionnels dans ces situations pour caractériser la manière dont leur action est organisée et la nature des connaissances utilisées dans l'action efficace. L'analyse des situations est donc première car c'est bien la maîtrise des situations qui est visée par une formation professionnelle. L'intérêt de cette entrée par les situations de travail est qu'elles constituent aussi un moyen de la formation : situation de travail ou situations simulées, aménagées, transposées.
- Le deuxième principe tient à ce que l'action de travail ne se réduit pas à sa part d'exécution. Quelles que soient les situations, quelles que soient les tâches à accomplir, l'action comporte une dimension conceptuelle. Autrement dit, l'action efficace est organisée au niveau conceptuel. C'est ainsi que peut être caractérisée ce que certains appellent « l'intelligence de l'action ». La démarche consiste donc à caractériser le type et le niveau de conceptualisation propres à un ensemble de situations et donc rattacher les savoirs à des classes de situations bien identifiées.

Les acteurs concernés par le BTS Communication transforment les activités qu'ils conduisent en fonction des compétences qu'ils mobilisent en situation. Il convient donc d'identifier ces situations, leurs caractéristiques, le niveau auquel ils résolvent leur problème, en fonction de quel but (par exemple : production ou commercialisation), de quelle manière et plus précisément de repérer ce qui organise l'activité. Les situations ne sont pas statiques. A situation égale, on peut trouver des modes de pilotage ou des conduites différentes selon le milieu, le contexte, les finalités, les buts, les moyens. La porte d'entrée se trouve dans les situations de travail qu'un Technicien Supérieur en Communication prend en charge en identifiant les situations génériques (les classes de situations) du champ professionnel concerné.

Répertoire des classes de situations et des situations professionnelles

La mise à disposition d'un recueil de situations analysées, fournit aux enseignants et formateurs un moyen pour concevoir des situations didactiques (de formation et d'évaluation) propices au développement des apprenants ; ce répertoire est également utile aux accompagnateurs VAE et aux membres de Jurys VAE en donnant des éléments concrets de description et d'évaluation du degré de conceptualisation attendu d'un candidat au BTS Communication.

LE PASSEPORT PROFESSIONNEL

Le passeport professionnel recense l'ensemble des situations professionnelles, réelles ou simulées, rencontrées par le candidat au cours de sa formation. Il décrit les situations, les compétences mobilisées et les productions associées.
Le passeport professionnel permet de distinguer les situations de « Relations commerciales », de « Production » et les situations rattachées au « Projet ». Outre l'intérêt qu'il présente pour la recherche d'emploi postérieure à la formation, le passeport professionnel participe à la certification au sens ou les situations de « Relations commerciales » alimentent l'épreuve E4 et celles de « Production » et de « Projet » l'épreuve E6.
Le passeport professionnel est d'abord renseigné par l'étudiant qui saisit les situations qu'il rencontre en entreprise ou en formation. Ces situations sont ensuite réinvesties en formation pour permettre l'acquisition des compétences. Ce sont les professeurs enseignant les fonctions 1, 2 et 3, intervenant en atelier « Production » ou « Relations commerciales » qui valident le fait que la situation décrite a effectivement généré un acte formatif.
De plus, dans le cadre du CCF, les professeurs mentionnés ci-dessus complètent tout au long de la formation la partie réservée à l'évaluation des compétences.
Un modèle de passeport professionnel et les conditions de mise à disposition seront précisés par la circulaire d'organisation.

Objectifs du passeport professionnel

Le passeport professionnel possède une double finalité, de formation et d'évaluation :

- Pour l'étudiant et les professeurs, il permet de faire le point en cours de formation sur l'acquisition durable de compétences résultant d'expériences professionnelles vécues ou simulées. Étudiant et professeurs doivent pouvoir apprécier conjointement, à tout moment, le portefeuille des compétences professionnelles acquises ou à acquérir afin d'adapter le parcours de formation. A l'issue de la formation, l'étudiant pourra aussi s'appuyer sur ce passeport professionnel pour justifier de ses compétences lors de ses recherches d'emploi.
- Pour l'évaluateur, le passeport professionnel sert de support à l'évaluation du niveau de maîtrise des compétences professionnelles du candidat lors des épreuves E4 et E6. Quelle que soit la modalité de l'évaluation (CCF ou ponctuelle), l'évaluateur peut ainsi apprécier le degré de couverture du référentiel.

Conditions de l'acquisition des compétences

La mise en œuvre des compétences doit être rattachée à une situation de travail, soit proposée par le professeur dans le cadre de la formation en milieu scolaire, soit rencontrée par l'étudiant dans le cadre de la formation en milieu professionnel.
Elle suppose la mobilisation de connaissances, de savoirs, d'expériences passées, de ressources à disposition (matérielles, logicielles, etc.), d'aides possibles, etc. Ces ressources diversifiées sont enrichies en permanence au cours de la formation (cours, ateliers, stages, simulations, etc.).
Une compétence est déclarée acquise lorsque l'explicitation et la conceptualisation de la situation sont suffisantes pour permettre au candidat de la généraliser à d'autres situations

de travail de même nature. Cela nécessite que le candidat puisse montrer son niveau d'appropriation de la situation et justifier ses choix.

Présentation du passeport professionnel

Le passeport professionnel doit être conforme au modèle fourni par la circulaire nationale d'organisation. Il se présente sous la forme d'un tableau vierge à renseigner, fourni via une application informatique téléchargeable.
Ce tableau :

- met en relation les classes de situations du référentiel et les compétences acquises ;
- prend en compte les paramètres liés au contexte de la situation de travail ;
- précise les productions résultant du travail personnel du candidat.

Exploitation du passeport professionnel lors de la formation

Le passeport professionnel privilégie une entrée par les situations de travail ancrées dans une réalité professionnelle évolutive et complexe qui relèvent du niveau III de formation. En effet, le candidat renseigne le passeport des compétences professionnelles tout au long de sa formation à partir de situations de travail emblématiques, qu'il décrit de façon synthétique. Il ne retient que les situations de travail significatives vécues en formation, en stage ou lors d'une expérience professionnelle. Il remplit donc son passeport professionnel aux moments opportuns qui jalonnent son parcours de formation.

Exploitation du passeport professionnel lors de l'évaluation

Le passeport professionnel est mis à la disposition des membres des commissions d'interrogation des épreuves E4 et E6 dans les délais fixés par la circulaire nationale d'organisation. Le passeport professionnel est présenté sous forme numérique pour les candidats relevant du contrôle en cours de formation, sous forme numérique et/ou imprimée pour les candidats relevant de l'épreuve ponctuelle.

Lorsque le passeport professionnel est présenté sous forme numérique, chaque commission d'interrogation E4 ou E6 sélectionne les compétences relevant de son champ d'évaluation tel qu'il est délimité par le règlement des épreuves. Lorsque le passeport professionnel est uniquement présenté sous forme imprimée, il appartient au candidat de sélectionner, avant impression, les compétences relevant de chacune des deux épreuves afin d'imprimer un passeport professionnel des compétences pour E4 et un passeport professionnel des compétences pour E6.

A travers le passeport professionnel, le candidat doit pouvoir démontrer :

- qu'il a mobilisé un ensemble de connaissances au service de la résolution de problèmes dans le cadre d'une relation commerciale ou d'un projet de communication ou à l'occasion de la production de supports de communication. Ces problèmes auront été analysés en amont et les effets des solutions mises en oeuvre, contrôlés en aval ;
- qu'il a une compréhension exacte de la situation dans laquelle il est intervenu. En conséquence, l'évaluateur doit être en mesure d'apprécier le degré d'appropriation du contexte ayant généré la compétence ;

– qu'il est capable d'apprécier le degré de richesse, d'efficacité et de pertinence de l'ensemble des situations professionnelles rencontrées par rapport au champ de compétences défini par le référentiel d'une part, et par rapport à son projet professionnel d'autre part. L'ensemble participe d'un regard réflexif porté sur le parcours professionnel.

L'évaluation de la compétence professionnelle ne se réduisant pas à l'observation d'un comportement reproduit, ni à l'observation d'un résultat atteint ou d'une production respectant des règles formelles de présentation, les candidats peuvent compléter les informations contenues dans le passeport professionnel à l'aide de différents supports.