

L'offre de formation en DUT Info-Com et ses enjeux

Dans le cadre de la Journée de la SFSIC sur les évolutions des formations en information-Communication, j'ai été invitée pour présenter l'évolution récente du DUT Info-Com et faire des propositions en lien avec l'Université. Pour commencer, il n'est peut-être pas inutile de préciser quelle est la particularité du DUT dans le paysage universitaire français.

1. Présentation du DUT Info-Com

a) Particularité du DUT dans le paysage universitaire français

Dans le cadre de l'harmonisation européenne des cursus d'enseignement supérieur, la déclaration de Bologne en 1999, le DUT est à part puisqu'il s'arrête à Bac+2, il ne mène pas au grade de Licence, le premier diplôme reconnu en Europe. Il a été maintenu par la volonté des entreprises françaises car le DUT prépare les étudiants à une insertion professionnelle à Bac+2 dans les professions intermédiaires de technicien, ce qui les intéresse fortement.

Mais le DUT a aussi la particularité de mener à la poursuite d'études courtes à Bac+3 ou longues jusqu'au grade de Master. En effet, construit à la fois par des universitaires et par des professionnels, depuis plus de 50 ans le DUT offre aux étudiants des connaissances pluridisciplinaires solides et une réelle culture professionnelle. Tout ceci est connu du grand public, les questions posées par les candidats sur les salons sont tout autant « Quel métier peut-on faire avec tel ou tel DUT ? » que « Quelles poursuites d'études permet-il ? ».

Depuis quelques années, émanant des acteurs économiques, mais également des familles, la demande s'accroît de formations de cadres intermédiaires au niveau Bac+3. Le déploiement important de Licences Professionnelles en IUT (plus de 1200 sur 2000) ne suffit plus. Le réseau des IUT a alors engagé une réflexion sur une évolution de ses formations vers un cursus attractif et sécurisé jusqu'au niveau Licence à destination d'un public diversifié. Ce nouveau « cursus Licence en IUT - CLIUT » ou « Parcours Technologique de Grade Licence - PTGL » intègrerait DUT et LP au sein des IUT, avec entre autre de nombreuses passerelles pour des entrées aux semestres 2, 3 et en LP, un accompagnement à l'emploi systématique, 9 mois de stage cumulés. Un cahier des charges a été présenté au ministère le 5 décembre 2016 avec des expérimentations dès septembre 2017 dans des IUT volontaires.

Il faudra suivre ces travaux avec attention si notre communauté veut réfléchir aux enjeux et évolutions de l'offre globale de formation en Information et Communication. Avant de poursuivre sur l'évolution du DUT Info-Com, voici quelques informations pour mieux connaître ce diplôme.

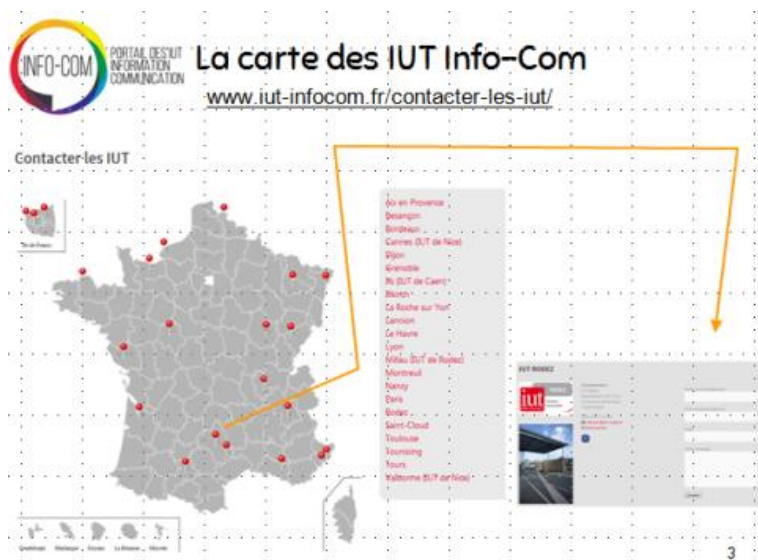
b) Site web portail Info-Com

Pour centraliser l'information et mieux communiquer avec les candidats et les acteurs économiques sur le DUT Info-Com et les LP associées, un site web portail Info-Com¹ a été créé en février 2016 par l'Assemblée des Chefs de Département. Ce site web portail et la page Facebook associée² présentent une information :

¹ <https://www.iut-infocom.fr> , consulté le 25 avril 2017

² <https://www.facebook.com/Portail-IUT-Info-Com-801094190016903/> , consulté le 25 avril 2017

- Complète, le programme des 5 options du DUT est expliqué, les métiers et les objectifs pédagogiques de chaque diplôme sont présentés,
- Mise à jour directement par les 20 sites Info-Com de France, avec toutes les nouvelles formations, les nouveaux métiers, une veille d'information,
- Multimédia, avec de nombreuses vidéos sur les métiers et des témoignages,
- Interactive, la page Facebook permet des échanges avec les chefs de département et les étudiants Info-Com,
- De proximité, avec le partage des événements et actualités issus des 20 sites Info-Com de France.



Sur la page d'accueil de ce site, une carte interactive permet de repérer rapidement les 20 sites de formation pour les 5 options de DUT, les 9 DUT en 1 an (Année Spéciale) et les 39 LP, et d'accéder à une fiche de contact complète. Les 20 DUT Info-Com forment environ 2000 étudiants par an.

c) Chiffres-clefs du DUT Info-Com

Voici quelques chiffres significatifs du DUT Info-Com extraits de l'enquête nationale sur le devenir des diplômés de DUT 2013³ qui a obtenu un taux de réponse national de 55%. Elle va mettre en valeur certaines particularités du DUT Info-Com parmi les 24 spécialités de DUT.

- 19 % d'insertion immédiate et durable à N+2 : C'est un des plus forts taux de diplômés de DUT qui se sont arrêtés après le DUT et n'ont jamais poursuivi ni repris d'études au cours des trois années suivantes parmi les 24 spécialités de DUT (la moyenne est à 11,5%). Ceci est essentiellement dû aux concours de la fonction publique d'état ou territoriale ouverts pour les DUT Info-Com. Les secteurs d'activité les plus cités sont de fait l'administration publique et l'enseignement.
- Pour ceux qui décident de s'insérer dans le monde du travail, soit directement après le DUT, soit juste après une LP, il y a 86% d'embauches, ce qui est une excellente insertion professionnelle. Nos formations sont bien reconnues par les acteurs économiques.
- Le taux de poursuite d'études longues (à N+2 en Master) en Info-Com est de 39%, pour 53% en moyenne sur toutes les spécialités de DUT. Les étudiants du DUT Info-Com sont donc nombreux à poursuivre des études à l'Université en Master, mais moins que la moyenne nationale.

³ <http://iut.fr/publications/le-devenir-des-etudiants.html>, consulté le 25 avril 2017

Voici d'autres chiffres issus du Ministère de l'Éducation Nationale⁴ :

- 85,3% de réussite : c'est en Info-Com que les étudiants réussissent le mieux, en deux ou trois ans. Il y a 76,8% de réussite en moyenne sur l'ensemble des 24 spécialités de DUT.

Ce chiffre peut s'expliquer par le fait que, la sélection des candidats en DUT Info-Com sur dossier, CV, lettre de motivation et entretien demande aux candidats un investissement important en temps et en réflexion sur leur projet. Leur motivation est alors un gage de réussite. Par ailleurs, le DUT Info-Com a un taux de pression élevé, il n'est pas rare d'avoir plus de 15 candidatures pour 1 place à pourvoir.

Enfin, le programme pédagogique du DUT Info-Com ne prévoit pas de matière principale qui pourrait être source d'échec. Il est plutôt constitué d'une mosaïque de matières qui contribuent toutes à former des professionnels de l'information et de la communication. Cela nous conduit à présenter une particularité du DUT dans le paysage universitaire français : le DUT est le seul diplôme universitaire à avoir un Programme Pédagogique National (PPN) détaillé⁵.

2. PPN basé sur les compétences

a) Dynamique des compétences dans l'enseignement supérieur

Les Commissions Pédagogiques Nationales de spécialité, constituées de professionnels et d'enseignants, et les Assemblées de Chef de Départements sont les garantes de programmes en adaptation permanente à l'évolution des besoins du monde économique. Une concertation entre des enseignants et des professionnels impliqués dans la formation, en tant que chargé de cours, maître de stage, commanditaire de projets tuteurés, est organisée au niveau national.

En 2012 pour la première fois, le Ministère a demandé, en amont de l'écriture des contenus de formation, un travail de réflexion sur les compétences attendues à l'issue de la formation, sous la forme d'un référentiel de compétences et activités. Dans le marché européen de la formation qui est en train de se constituer, ces référentiels donnent une place et une meilleure visibilité à chaque diplôme.

En France, depuis 2007, une évolution importante des missions de l'Université est enclenchée. Depuis la loi sur les Libertés et les Responsabilités des Universités (dite LRU), en plus de la recherche et l'enseignement, la 3ème mission de l'enseignement supérieur est l'orientation et l'insertion professionnelle. Tout est ainsi fait pour que la dynamique des compétences entre à l'Université et bouscule les missions traditionnelles de création et transmission du savoir. La logique des compétences s'impose ainsi comme une passerelle entre les études et le monde du travail. Or la notion de compétence n'est pas simple à définir, exerce pourtant nécessaire pour bien comprendre notre propos.

b) Notion de compétence

Dans toutes les définitions que l'on trouve, au départ des compétences il y a les connaissances : étymologiquement, le mot connaissance est lié à comprendre (racine latine nosco), c'est une transformation de la personne par la compréhension théorique et/ou pratique de quelque chose de nouveau. Les connaissances sont de trois types :

⁴[https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2016/17/3/NF_16.15 - Reussite diplomes univ 2015 668173.pdf](https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2016/17/3/NF_16.15_-_Reussite_diplomes_univ_2015_668173.pdf) , consulté le 25 avril 2017

⁵ https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/30/15/0/Infocom_262150.pdf , consulté le 28 avril 2017

- Savoir=nom, « le droit » « la linguistique »
- Savoir-faire=verbe d'action, « répondre au téléphone en langue étrangère »
- Comportement ou Savoir-être=adjectif, « rigoureux » « créatif »

Avec le concept de compétence, on ajoute à la personne la capacité à mobiliser ses connaissances en situation, dans un contexte précis, lors d'une expérience. Ceci est très important car il y a des savoirs, savoir-faire qui deviennent des compétences grâce à des expériences très variées : les études, le travail, un stage, un projet tuteuré, un loisir, un voyage, une activité bénévole ou une activité familiale. Par exemple, je sais ce qu'est une stratégie de communication (savoir) mais cela ne me suffit pas pour répondre à la demande d'un client (compétence). Tant que je n'en ai pas créé une en situation réelle (stage), je n'en ai pas la compétence.

Il faut préciser que le mot « compétence » a deux sens. Il y a « compétence » au singulier, qui est utilisé depuis longtemps, « être compétent » signifie être expert et être reconnu performant dans un domaine. En effet, les compétences peuvent être mesurées selon quatre niveaux :

- Notion : je découvre
- Application : je pratique, je sais faire en autonomie
- Maîtrise : je forme, je transmets savoirs et savoir-faire
- Expertise : je fais évoluer le domaine

Il y a aussi le sens plus récent, et donc moins connu, de « compétences » au pluriel : « avoir des compétences » signifie avoir l'aptitude, la capacité de mobiliser des connaissances en action, lors d'expériences.

L'économie, les systèmes d'échange, de concurrence et de commerce ont considérablement changé en peu de temps. L'entreprise est toujours plus contrainte à relever des défis, à s'adapter aux aléas du marché et de la concurrence, à anticiper les mutations techniques et réglementaires. D'autant plus avec la situation de crise permanente actuelle et avec le fait que les technologies évoluent sans cesse, et à un rythme rapide. La responsabilité de s'organiser, de s'adapter à la tâche est transférée vers l'individu, quelque soit son niveau hiérarchique.

L'idée de compétences au pluriel accompagne une nouvelle conception du professionnel perçue avant tout comme un praticien réflexif puisque la compétence est liée à l'action. La question de la compétence ne s'arrête pas avec l'Université, mais s'inscrit dans une logique d'apprentissage tout au long de la vie.

Ainsi l'Université a le devoir de préparer les étudiants au développement de cette capacité réflexive, à l'explicitation de leurs compétences et à leur inscription dans cette logique de l'apprentissage tout au long de la vie, qui est garante de leur capacité à s'adapter en permanence aux technologies « toujours nouvelles » et aux changements du monde économique. Tout ceci est prévu dans les dispositifs de développement du projet professionnel et personnel de l'étudiant, inclus depuis 2005 en DUT et 2007 dans toutes les formations de niveau Licence.

Après avoir explicité cette nouvelle logique des compétences, voici précisément quelles sont les compétences visées par le DUT Info-Com, inscrites dans le nouveau PPN et aussi dans le site web portail Info-Com.

c) Compétences visées par le DUT Info-Com

L'intérêt d'un référentiel de compétences visées par le DUT Info-Com est de renforcer sa visibilité et aussi, de montrer la place du tronc commun par rapport aux 5 options. Pour le tronc commun, il y a un premier bloc de compétences générales et professionnelles :

- Maîtriser la langue française, les techniques rédactionnelles et l'expression orale

- Maîtriser les écritures audiovisuelles et numériques
- Identifier, collecter et gérer les informations utiles
- Analyser le monde contemporain, comprendre le droit et l'économie
- Développer l'autonomie et améliorer ses capacités de travail en équipe
- Maîtriser la conduite de projet

Puis il y a le bloc des compétences informatiques :

- Utiliser les logiciels de bureautique et de Publication Assistée par Ordinateur (PAO)
- Mettre en ligne de l'information sur Internet (site web, blog, ...),
- Utiliser professionnellement les outils numériques des médias sociaux
- Avoir une culture du numérique et des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Ensuite celui des compétences linguistiques :

- Parler, écrire et lire en anglais et dans une autre langue vivante étrangère
- Maîtriser un lexique professionnel en langue étrangère
- Trouver un stage, un emploi ou des poursuites d'études dans un pays étranger

Auxquelles on peut ajouter, par exemple pour l'option Information numérique dans les organisations, les compétences suivantes :

- Communiquer sur les enjeux de l'information, mettre en place une stratégie de communication numérique
- Collaborer et partager des connaissances
- Réaliser et traiter des produits audio, vidéos ou multimédias
- Gérer l'archivage et la dématérialisation des documents
- Rechercher de l'information et faire de la veille d'information
- Décrire et structurer l'information, gérer des contenus éditoriaux
- Manager un système ou un service d'information
- Utiliser et paramétrer des systèmes informatisés

Par ailleurs, en 2013, pour la première fois en France, un référentiel des métiers de la communication a été élaboré par les associations et syndicats professionnels du secteur de la communication⁶. Ce panorama de la profession a été utilisé pour la construction du référentiel du nouveau PPN et aussi dans la rubrique métiers du site web portail. De même, la remarquable cartographie des métiers de l'information créée par l'ADBS⁷ en 2013 et l'Observatoire des métiers de la publicité⁸ ont été une source importante pour définir les compétences visées par le DUT Info-Com. Ces initiatives permettent un échange entre professionnels et universitaires.

Le principal objectif de la réforme 2013 du PPN a été d'ajouter les métiers du numérique aux métiers traditionnels. En effet, le numérique a bousculé les métiers de l'Information et de la Communication encore plus que tout autre secteur professionnel. Cette réforme 2013 doit convaincre les acteurs économiques, le Ministère, les candidats et le grand public que le DUT Info-Com forme aussi aux métiers du numérique. Les missions attribuées ces dernières années aux étudiants pendant leurs stages montrent bien que les

⁶ <http://metiersdelacomunication.fr/>, consulté le 28 avril 2017

⁷ <http://www.adbs.fr/carte-metiers-adbs-2013-132079.htm?RH=1374074004500&RF=1374074004500> Association des professionnels de l'information et de la documentation, consulté le 28 avril 2017

⁸ <http://www.metiers-publicite.fr/metiers-secteurs/>, consulté le 28 avril 2017

entreprises attendent d'eux des compétences liées au support web, en plus des compétences traditionnelles liées à l'Information et la Communication.

Pour cela, je suis me suis appuyée sur les fiches ROME⁹ (Répertoire Opérationnel des Métiers et Emploi) précisées dans le PPN 2013 et le portail des métiers de l'Internet¹⁰ créé par la Délégation aux usages de l'Internet en 2010 en partenariat avec le CELSA¹¹ de l'Université Paris-Sorbonne et des acteurs des secteurs professionnels concernés.

3. Métiers du numérique dans le DUT Info-Com

Certains libellés de ces métiers ont repris des anciens métiers en y ajoutant les mentions : web, on-line, digital, cyber, multimédia. Cela signifie-t-il que les anciennes compétences restent toujours utiles ? Que ces mentions ne font qu'indiquer un nouveau média dans la palette déjà existante des professionnels de l'information et de la communication ? C'est ce que nous allons voir ci-après.

a) Community manager

Le premier métier, emblématique de l'essor du numérique dans la fonction Information et Communication dans les organisations, est celui de community manager, choisi par les options Com¹², InfoNum¹³ et Pub¹⁴. Ce métier est présent dans la fiche ROME E1101 Animation de site multimédia¹⁵. Il prend ses origines dans :

- L'univers de l'administration des jeux vidéo en ligne et des forums,
- La fonction de modérateur des commentaires, très représentative de l'esprit communautaire d'Internet,
- Les blogs avec la figure emblématique du « blogueur influent » et la logique de viralité qui lui est associée.

Le community manager développe la présence de l'organisation dont il se fait le porte-parole sur les médias sociaux, comme un chargé de communication ... Mais il est aussi le médiateur entre les internautes membres de la communauté et les dirigeants de l'organisation, le relais des contributions, critiques, avis, idées et suggestions des membres. C'est donc une nouvelle forme de médiation à laquelle il faut former les étudiants.

Le second métier du numérique choisi par les trois mêmes options est celui de chargé de communication web. Ce métier est présent dans la fiche ROME E1103 Communication¹⁶.

b) Chargé(e) de communication web et de Relations Publics digitales

Ce commentaire laissé sur le site des métiers de l'Internet¹⁷ nous montre que le métier reste le même : « Je pense qu'avant tout il faut savoir être innovant dans sa communication, maîtriser les langages d'Internet et trouver des opportunités en étant à l'écoute des dernières tendances. La communication et le référencement

⁹ <http://www.pole-emploi.fr/candidat/les-fiches-metiers-@/index.jspz?id=681> , consulté le 28 avril 2017

¹⁰ <http://metiers.internet.gouv.fr> , consulté le 28 avril 2017

¹¹ Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication

¹² Pour Communication des organisations

¹³ Pour Information numérique dans les organisations

¹⁴ Pour Publicité

¹⁵ <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1101> , consulté le 28 avril 2017

¹⁶ <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1103> , consulté le 28 avril 2017

¹⁷ http://metiers.internet.gouv.fr/metier/charge-de-communication-web?page=0#fiche_metier_commentaire
commentaire n° 17 laissé par Alberton le 12/07/2014, consulté le 15 mai 2017

naturel font partie de l'ADN même de certains communicants. A vous de trouver le bon discours et n'hésitez pas, soyez créatifs. »

Innovant et créatif, tout chargé de communication doit l'être, c'est certain pour être visible sur le web, mais remarquons qu'il l'était aussi avant l'arrivée du numérique ! Le chargé de communication doit assurer la présence de l'organisation sur Internet en cohérence avec la stratégie de communication globale. Intranet, réseau social d'entreprise, site Web, publicité sur internet, newsletter, e-mailing et page FaceBook n'ont plus de secret pour lui ou pour elle !

Les Relations Publics (RP) digitales permettent d'élargir le champ des RP traditionnelles en leur apportant de nouveaux outils et canaux de diffusion. A travers les blogs, les forums, les réseaux sociaux, ce professionnel travaille au développement des relations entre son entreprise et les influenceurs, relais d'opinion et journalistes web. Il contribue par sa mission à la professionnalisation de l'utilisation des médias sociaux, au respect des règles de rédaction d'article ou de commentaires. Outre une bonne maîtrise du web 2.0, il doit faire preuve de réactivité pour assurer la e-réputation de l'organisation à toute heure du jour et de la nuit.

En conclusion, ces deux nouveaux libellés apparaissent clairement comme des transpositions sur Internet des métiers de Chargé de communication et de RP. Les compétences traditionnelles, notamment tout ce qui relève de la stratégie, de l'élaboration des contenus, de la cohésion des actions, sont déclinées, mais pas révolutionnées, sur un nouveau support : le web. Pour d'autres métiers, le numérique a conduit à des révolutions, comme pour le rédacteur « print » qui devient rédacteur « web » !

c) Rédacteur web

Le commentaire de Fabien sur le site des métiers de l'Internet¹⁸ va remonter le moral des journalistes : « Aujourd'hui les moteurs de recherche souhaitent un contenu vraiment propre, le rédacteur web va devenir le futur du journalisme. C'est vraiment important pour le référencement. Il faut que les journalistes fassent de la formation rédacteur web afin de faire évoluer le web dans le bon sens. »

Le rédacteur web écrit pour le média Internet, et se préoccupe de confort de lecture sur écran. En effet, sur écran, grand ou petit, la lecture de texte est plus complexe que sur papier, il est donc indispensable de se focaliser sur ce qui est important pour l'internaute et d'appliquer des principes ergonomiques. Ce métier est présent dans la fiche ROME E1104 Conception de contenus multimédias¹⁹.

Il faut qu'il jongle entre l'information donnée au lecteur et le référencement sur les moteurs de recherche. Il doit donc concilier deux styles d'écriture en un seul article sans pour autant rendre le contenu indigeste. La rédaction web ne doit pas se résumer uniquement à fournir des mots pour nourrir les moteurs de recherche. En effet, sans âme, un texte n'est rien, ou juste bon à placer des liens dans des zones de commentaires. Avis aux belles plumes dont le web a besoin pour redorer le blason de la rédaction web !

Et pour le graphiste ? Comment a-t-il évolué dans le métier de web designer (fiche ROME E1205 Réalisation de contenus multimédias²⁰) ?

d) Web designer

Cet autre commentaire de Valérie²¹ est très éclairant sur cette problématique de changement de média. « Il y a quelques années, les graphistes ont investi le web. Sans connaissance du média, des principes liés à la

¹⁸ http://metiers.internet.gouv.fr/metier/redacteur-web?page=2#fiche_metier_commentaire commentaire n°18 laissé par Fabien le 06/01/2014 , consulté le 15 mai 2017

¹⁹ <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1104> , consulté le 28 avril 2017

²⁰ <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1205> , consulté le 28 avril 2017

²¹ http://metiers.internet.gouv.fr/metier/webdesigner?page=0#fiche_metier_commentaire commentaire n°6 laissé par Valérie le 13/12/2013 , consulté le 15 novembre 2016

navigation, à l'ergonomie. En tant que concepteur de site, j'ai parfois eu à collaborer avec ce type de graphiste sur des projets web : un enfer ! Alors que quand le graphiste connaît le média, tout roule. »

Pour concevoir et réaliser le design d'une interface web, il ne fait pas que créer l'identité visuelle et la charte graphique, il s'attache aussi à la formalisation des interactions des pages du site web. A la fois artiste et informaticien, il tient compte des contraintes spécifiques au support Internet en termes d'ergonomie (lisibilité sur écran, utilisabilité, interactivité, accessibilité, rapidité de chargement). À partir de la demande du client, il fait une traduction artistique globale, en lien avec le contenu du site.

Partant du constat que, à tort, les étudiants pensent que le web est gratuit, le webmarketing va leur faire découvrir comment rendre une communication rentable.

e) Web marketeur(euse)

Sur un marché où l'accès à l'information est encore gratuit, chacun s'emploie à trouver des sources de financement pour rentabiliser son site et maintenir son activité. La notion de gratuité de consultation des contenus pour les internautes cache sans doute l'existence de logiques économiques : comment convertir un actif Internet, une audience, un contenu, en chiffre d'affaires. Il faut tenir compte des coûts d'achat médias, du temps passé sur de telles pratiques, et mettre le doigt sur la notion de retour sur investissement (ROI).

Un support, un média, met en rapport la source du message (l'organisation communicante) et la cible finale (particulier ou business). Cette médiation proposée par le support est payante dans les cas de campagnes liens sponsorisés (ex : Google Adwords), d'achat d'espace publicitaire (ex : lefigaro.fr), de produits proposés sur des comparateurs de prix ou places de marché (ex : leguide.com, Cdiscount, Ebay, Amazon), de e-mailing (location de base d'adresses) ou de campagnes sponsorisées sur les médias sociaux. La condition de l'étudiant « internaute surfeur heureux et consommateur de contenus gratuits » nuit à sa projection dans son futur métier de Web marketeur. Le DUT Info-Com devra amener les étudiants à une prise de conscience du modèle économique de l'Internet.

Les étudiants du DUT Info-Com doivent aussi prendre conscience que les possibilités techniques sont quasi illimitées et en évolution permanente. Ils savent que la technique est et sera toujours au service de l'information et de la communication et non pas l'inverse. La force des étudiants du DUT Info-Com est donc de connaître la technique, savoir comment s'en servir, savoir se former tous seuls, et savoir proposer des outils numériques mis au service d'une stratégie de communication.

f) Web master

Le dernier métier, web master, avec ses différentes facettes, est revendiqué par 4 des 5 options du DUT Info-Com. Les étudiants du DUT Info-Com déclinent leurs compétences métiers sur le support web, et l'on trouve ainsi des étudiants de :

- L'option Com qui deviennent administrateur web, au sens de gestion des prestataires externes et garant de la cohérence du site (Fiche ROME E1103 Communication)
- L'option Journalisme qui deviennent webmestre éditorial, garant de la ligne éditoriale (Fiche ROME E1106 Journalisme et information média²²)
- L'option Pub qui deviennent web designer, gérant les aspects graphiques et ergonomiques (Fiche ROME 1205 Réalisation de contenus multimédias)

²² <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1106> , consulté le 28 avril 2017

- L'option InfoNum qui deviennent développeur web ou administrateur web (Fiche ROME M1801 Administration de systèmes d'information²³)
- Ou bien l'homme-orchestre qui est sensé tout faire...

Pour conclure, voici quelques idées personnelles sur les enjeux et évolutions de l'offre de formation en Information et Communication.

4. Enjeux et évolutions de l'offre de formation

a) Pédagogie par l'expérience

Le modèle pédagogique des DUT marche, mêlant théorie et pratique, pourquoi pas le reproduire sur toute la filière Info-Com ? On peut être nostalgique des IUP²⁴, en continuité du modèle des DUT, qui ont été bousculés par l'harmonisation européenne des cursus d'enseignement supérieur en 1999. En effet, si quelques IUP ont perduré (l'École Supérieure d'Audio-Visuel (ESAV) de l'Université Toulouse Jean-Jaurès), de nombreux autres n'ont pas été maintenus²⁵ (l'IUP Métiers de l'Information et de la Communication de l'Université Lyon 3 Jean-Moulin).

Les IUT utilisent des méthodes de pédagogie par l'expérience, études de cas, jeux de rôle, « serious games », stages obligatoires, projets tuteurés, challenge, mises en situation professionnelle transversales à plusieurs cours qui sont autant d'expériences permettant aux étudiants d'acquérir des compétences, de mobiliser leurs connaissances acquises en cours ou par des lectures. D'autre part, de nombreux enseignants vacataires professionnels viennent apporter directement leur propre expérience aux étudiants et compléter utilement les enseignements plus théoriques. Ces méthodes pédagogiques pourraient être mutualisées entre IUT et Université.

b) Continuité de Bac+2 à Bac+5

Les Universités et les IUT ont en commun des Maîtres de Conférences, Professeurs d'Université et laboratoires de recherche. Les institutions devraient s'appuyer sur ces personnes pour offrir des parcours de formation plus homogènes en Information et Communication.

Les étudiants sont demandeurs d'une filière longue technologique, avec une continuité pédagogique, après le DUT ou la LP, comme le permet l'IUP. Or, après le DUT, un parcours d'études longues comporte actuellement des ruptures pédagogiques importantes. L'année en Licence générale et en Master 1 ne comporte plus systématiquement de stage obligatoire, les mises en situation professionnelle sont plus rares. Seul le Master 2 grâce à 6 mois de stage offre une réelle expérience professionnelle. Après la LP, se pose le problème des poursuites d'études « interdites » sous peine de voir le diplôme disparaître.

Les répétitions sont nombreuses, le DUT est actuellement conçu comme un diplôme final permettant de s'insérer dans le monde du travail. Les étudiants en poursuivant leurs études ne font qu'approfondir leurs connaissances et vivre d'autres expériences. Les Universités ayant une L3 sans le niveau L1 et L2 sont invitées à se rapprocher des IUT. Ainsi, les IAE, le CELSA se rapprochent des IUT Info-Com pour créer des partenariats concernant leur recrutement sur concours. Le nouveau « cursus Licence en IUT » prévoit de nombreuses passerelles entre IUT et Université. Les années spéciales peuvent accueillir des étudiants de L1, les LP sont prêtes à accueillir des étudiants de L2 ou L3.

²³ <http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=M1801> , consulté le 28 avril 2017

²⁴ Instituts Universitaires Professionnalisés

²⁵ Pour plus d'informations, voir la liste des IUP tertiaires identifiés en 2012 sur ce site : http://old.cefi.org/CEFISITE/CE_IUP.HTM , consulté le 28 avril 2017

c) Proposition de transformation du DUT

Les restrictions de moyens actuelles vont nous pousser à être innovants pour conserver l'attrait de nos diplômes auprès des candidats. Nous aurons alors tout intérêt à mutualiser nos moyens entre Université et IUT, nos ressources pédagogiques, humaines et financières, si nous voulons conserver une filière en Information-Communication sur les cinq ans du Master et aussi jusqu'au Doctorat.

Pour aller dans ce sens, je propose d'alléger et de transformer le DUT Info-Com avec une année d'études supérieures qui assureraient un socle commun lié aux Sciences de l'Information et de la Communication, une sorte de propédeutique. Les jeunes trouveraient leur voie professionnelle en découvrant tous les aspects, toutes les facettes de l'information et de la communication, aussi bien théoriques que pratiques.

La spécialisation (Com, InfoNum, Journalisme, MLP²⁶, Pub) ne viendrait qu'en 2^{ème} année de DUT et essentiellement en 3^{ème} année de Licence. Ainsi, le tronc commun aux 5 options du DUT se verrait renforcé. Le débouché professionnel ne serait vraiment qu'au niveau Licence, ce qui rejoindrait le projet du réseau des IUT du « cursus Licence en IUT ».

d) Pour conclure

Le travail d'élaboration d'un programme pédagogique est une opération complexe. C'est un chantier jamais fini où savoirs et savoir-faire interagissent pour toujours plus de dialogue entre les communautés universitaires et professionnelles. En tant qu'enseignant ou professionnel du secteur de l'information et de la communication, il est de notre devoir d'exercer une veille active et permanente pour transmettre et anticiper les évolutions, rapides, et les nouveautés, nombreuses, structurantes pour la discipline. Ceci est aussi le gage de formations professionnalisantes utiles pour l'insertion professionnelle des étudiants.

Il serait intéressant de permettre aux professionnels d'explicitier leurs compétences et, à partir de leurs savoir-faire, d'identifier les savoirs théoriques réellement utiles à l'exercice de leur profession. Cela conduirait à faire évoluer les programmes de formation.

Ce nouveau PPN, nous l'espérons, ne peut que contribuer à faire reconnaître l'intégration de l'Internet et des TIC dans le DUT Info-Com, toutes options confondues. Un effort de communication sur cette évolution a été mené grâce au site web portail Info-Com et à la page Facebook associée. C'est à ce prix que le DUT Info-Com renforcera sa place dans le marché européen de la formation, suivant en cela l'harmonisation de l'enseignement supérieur voulue par le processus de Bologne.

Isabelle Vidalenc

Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
Université Toulouse Capitole, IUT de Rodez

Webographie

<https://www.iut-infocom.fr> , consulté le 25 avril 2017

<https://www.facebook.com/Portail-IUT-Info-Com-801094190016903/> , consulté le 25 avril 2017

<http://iut.fr/publications/le-devenir-des-etudiants.html> , consulté le 25 avril 2017

https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2016/17/3/NF_16.15_-_Reussite_diplomes_univ_2015_668173.pdf , consulté le 25 avril 2017

https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/30/15/0/Infocom_262150.pdf , consulté le 28 avril 2017

²⁶ Pour Métiers du livre et du patrimoine

<http://metiersdelacomunication.fr/> , consulté le 28 avril 2017

<http://www.adbs.fr/carte-metiers-adbs-2013-132079.htm?RH=1374074004500&RF=1374074004500>

Association des professionnels de l'information et de la documentation, consulté le 28 avril 2017

<http://www.metiers-publicite.fr/metiers-secteurs/> , consulté le 28 avril 2017

<http://www.pole-emploi.fr/candidat/les-fiches-metiers-@/index.jspz?id=681> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1101> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1103> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1104> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1106> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=E1205> , consulté le 28 avril 2017

<http://candidat.pole-emploi.fr/marche-du-travail/fichemetierrome?codeRome=M1801> , consulté le 28 avril 2017

<http://metiers.internet.gouv.fr> , consulté le 28 avril 2017

http://metiers.internet.gouv.fr/metier/redacteur-web?page=2#fiche_metier_commentaire
commentaire n°18 laissé par Fabien le 06/01/2014 , consulté le 15 mai 2017

http://metiers.internet.gouv.fr/metier/webdesigner?page=0#fiche_metier_commentaire
commentaire n°6 laissé par Valérie le 13/12/2013 , consulté le 15 novembre 2016

http://metiers.internet.gouv.fr/metier/charge-de-communication-web?page=0#fiche_metier_commentaire commentaire n° 17 laissé par Alberton le 12/07/2014,
consulté le 15 mai 2017