

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE  
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR  
ET DE LA RECHERCHE

Brevet de Technicien Supérieur

Communication visuelle

Option graphisme, édition, publicité

1996

Sous-direction des formations initiales, professionnelles et continues

**Brevet de Technicien Supérieur**

**Communication visuelle**

**Option graphisme, édition, publicité**

## Sommaire

P 1	<b>Arrêté</b> portant suppression du brevet de technicien supérieur expression visuelle option images de communication ; création et définition du brevet de technicien supérieur communication visuelle et fixant les conditions de délivrance de ce diplôme
P 4	<b>Annexe I</b> : référentiel de certification
P 5	• compétence globale
P 13	• savoirs associés
P 30	• tableau des unités constitutives du référentiel de certification
P 35	<b>Annexe II</b> : stages en milieu professionnel
P 39	<b>Annexe III</b> : horaires
P 41	<b>Annexe IV</b> : règlement d'examen
P 43	<b>Annexe V</b> : définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en contrôle en cours de formation
P 52	• formation professionnelle continue

---

Brevet de Technicien Supérieur  
Communication visuelle  
**Option graphisme, édition, publicité**

**Annexe 1**

**Référentiel de certification**

- **Compétence globale**

# COMPÉTENCE GLOBALE

Le titulaire du Brevet de Technicien Supérieur Communication visuelle a pour mission, à partir d'une commande initiale précisant les besoins et les contraintes, de concevoir, mettre en forme et coordonner la réalisation d'un processus de communication visuelle.

FONCTION

CAPACITÉ

COMPÉTENCES

## C1 analyser la commande

fonction **analyse**

- situer les besoins et contraintes
- synthétiser des informations

C1•1 traiter les informations initiales de la demande

C1•2 identifier l'environnement de la commande

C1•3 analyser et sélectionner des informations

## C2 rechercher des réponses

fonction

**recherche**

- émettre des hypothèses de travail en réponse à la problématique d'un programme

C2•1 énoncer des orientations créatives

C2•2 comparer des réponses

## C3 développer des solutions

fonction

**développement**

- mettre au point une ou plusieurs réponses adaptées à un programme donné

C3•1 engager un choix de création

C3•2 assurer le développement de la réalisation

## C4 gérer et contrôler

fonction

**gestion et contrôle**

- gérer l'élaboration du projet
- contrôler la fiabilité des propositions

C4•1 coordonner les étapes de la production

C4•2 vérifier la cohérence globale

## C5 communiquer

fonction

**communication**

- dialoguer
- échanger
- présenter

C5•1 argumenter la présentation du projet

C5•2 s'adapter à une situation de communication

fonction *analyse*

capacité C1 *analyser la commande*

compétences

**C1.1**

• traiter les informations initiales de la demande

**ressources**

- commande initiale (cahier des charges, plate-forme de travail, recommandation, entretien ...)

**demande**

- comprendre la commande initiale
- révéler les informations implicites
- préciser et compléter les informations initiales

**niveau d'exigence**

- le diagnostic est posé
- la hiérarchisation des données est établie
- l'estimation de l'ampleur du travail est quantifiée

fonction *analyse*

capacité C1 *analyser la commande*

compétences

**C1.2**

• identifier l'environnement de la commande

**Ressources**

- champs d'observation :
  - culturels
  - économiques et sociologiques
  - juridiques et techniques

**Demande**

- comprendre l'univers désigné par la commande (cibles, attentes, concurrence ...)
- révéler les éléments distinctifs

**Niveau d'exigence**

- les variables sont discernées
- les items sont reconnus, leur mise en forme démonstrative est organisée

fonction *analyse*

capacité C1 *analyser la commande*

compétences

**C1•3**

• analyser et sélectionner des informations

**ressources**

- toutes sources documentaires spécifiques et non-spécifiques

**demande**

- choisir les informations les plus appropriées
- classer et hiérarchiser ces informations

**niveau d'exigence**

- les informations retenues sont *critériées*
- la documentation couvre le champ du projet et débouche sur des pistes non-restrictives

fonction *recherche*

capacité C2 *rechercher des réponses*

compétences

**C2•1**  
• énoncer des orientations créatives

ressources	demande	niveau d'exigence
<ul style="list-style-type: none"><li>- commande initiale</li><li>- informations (champs d'observation) et documentations collectées</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- faire appel aux techniques de créativité</li><li>- exploiter un vocabulaire plastique</li><li>- dégager des concepts</li><li>- proposer des solutions visuelles</li><li>- maîtriser des savoirs, des outils et des techniques d'expression</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- les propositions sont pertinentes, diversifiées et évolutives, en accord avec la demande initiale</li></ul>

fonction *recherche*

capacité C2 *rechercher des réponses*

compétences

**C2•2**  
• comparer des réponses

Ressources	Demande	Niveau d'exigence
<ul style="list-style-type: none"><li>- réponses visuelles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- confronter les réponses à la commande initiale</li><li>- confronter les réponses entre elles</li><li>- mesurer les valeurs de communication d'une réponse</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- les réponses sont hiérarchisées, ce qui permet de retenir les préconisations nécessaires au développement</li></ul>

fonction *développement*

capacité **C3** *développer des solutions*

compétences

**C3•1**

• engager un choix de création

**ressources**

- réponses de l'étape précédente
- échanges avec un décisionnaire, un commanditaire, un collaborateur ...
- outils professionnels (logiciels, nuanciers ...)

**demande**

- regrouper, faire fusionner les éléments visuels du message à produire
- envisager les déclinaisons et évolutions possibles

**niveau d'exigence**

- la demande initiale est respectée
- la solution optimale est validée

fonction *développement*

capacité **C3** *développer des solutions*

compétences

**C3•2**

• assurer le développement de la réalisation

**ressources**

- solution validée
- normes, réglementation et éthique

**demande**

- préciser et fixer définitivement l'aspect, le contenu et l'ensemble des modalités de réalisation du point de vue juridique, économique et technique
- produire et faire réaliser tous documents nécessaires
- utiliser tous les moyens graphiques, plastiques, techniques et d'assistance à la création nécessaires à la réalisation du produit de communication

**niveau d'exigence**

- la réponse est présentée et acceptée
- la création est juridiquement, administrativement et techniquement possible
- les délais et les coûts sont respectés

fonction *gestion et contrôle*

capacité **C4** *gérer et contrôler*

compétences

**C4•1**

• *coordonner les étapes de la production*

**ressources**

- besoins du client
- documents finalisés
- devis des différents postes
- outils de contrôle

**demande**

- identifier et planifier les différentes étapes de production
- choisir les procédés de réalisation et les moyens matériels (formats, supports)
- coordonner les interventions des différents prestataires
- analyser et prévoir les temps et les coûts

**niveau d'exigence**

- les prestataires sont identifiés
- les conditions de réalisation sont validées
- les étapes de production sont assurées
- l'analyse prévisionnelle des coûts et des délais est établie

fonction *gestion et contrôle*

capacité **C4** *gérer et contrôler*

compétences

**C4•2**

• *vérifier la cohérence globale*

**ressources**

- ensemble de la démarche
- outils sémantiques, psycho-sociologiques, de communication, marketing

**demande**

- s'assurer, à des degrés différents d'avancement du projet, de la fidélité aux objectifs de la commande initiale
- utiliser les outils d'analyse et de contrôle capables de confirmer les attentes

**niveau d'exigence**

- les distorsions entre le projet accepté par le commanditaire et le produit fini sont évitées

fonction *communication*

capacité **C5 communiquer**

compétences

**C5•1**

• argumenter la présentation du projet

**ressources**

- demande, projet
- connaissance de la langue française
- maîtrise suffisante d'une langue étrangère
- connaissance du commanditaire (enjeux, moyens, politique de communication, produits, concurrence)
- techniques et fonctions de la communication

**demande**

- exposer une démarche qui s'appuie sur la demande
- justifier et valoriser un projet aux plans conceptuel et visuel et établir des comparaisons opportunes
- intégrer dans son argumentation conseils et critiques
- maîtriser le niveau d'argumentation
- professionnaliser son propos

**niveau d'exigence**

- le vocabulaire est spécifique, technique et synthétique
- le discours est clair et structuré dans le temps imparti
- les solutions sont explicitées et interprétées
- l'argumentation développée est complète et convaincante
- le choix de l'orientation conceptuelle retenue est sélectif et objectif

fonction *communication*

capacité **C5 communiquer**

compétences

**C5•2**

• s'adapter à une situation de communication

**ressources**

- demande, projet
- connaissance de la langue française
- maîtrise suffisante d'une langue étrangère
- connaissance du commanditaire (enjeux, moyens, politique de communication, produits, concurrence)
- techniques et fonctions de la communication
- moyens techniques de communication

**demande**

- prendre en compte l'origine et la nature de la situation de communication, la personnalité de l'interlocuteur
- être capable d'affirmer sa personnalité tout en s'intégrant à un groupe

**niveau d'exigence**

- la situation de communication est maîtrisée

• **Savoirs-associés**

## SAVOIRS ASSOCIÉS

- S.1. Studio de création
- S.2. Technologie de la communication
- S.3. Expression plastique
- S.4. Arts visuels et appliqués
- S.5. Nouvelles technologies
- S.6. Technologie
- S.7. Économie - gestion
- S.8. Sciences physiques
- S.9. Français
- S.10. Sciences humaines
- S.11. Langue vivante

**Tableau de correspondance  
entre capacités / compétences  
et savoirs associés**

capacité	compétences	savoirs associés										
		Studio de création	Technologie de la communication	Expression plastique	Arts visuels et appliqués	Nouvelles technologies	Technologie	Économie - gestion	Sciences physiques	Français	Sciences humaines	Langue vivante
<b>analyser la commande</b>	traiter les informations initiales de la demande											
	identifier l'environnement de la commande											
	analyser et sélectionner des informations											
<b>rechercher des réponses</b>	énoncer des orientations créatives											
	comparer des réponses											
<b>développer des solutions</b>	engager un choix de création											
	assurer le développement de la réalisation											
<b>gérer et contrôler</b>	coordonner les étapes de la production											
	vérifier la cohérence globale											
<b>communiquer</b>	argumenter la présentation du projet											
	s'adapter à une situation de communication											

## Préliminaires

Le studio de création a pour objet de développer la créativité, l'esprit d'analyse, le sens critique, la capacité de communication, la maîtrise des langages graphiques et de faire acquérir les connaissances fondamentales permettant de répondre à une commande de communication (cahier des charges, programmes et stratégies de communication). Il doit permettre également d'acquérir les connaissances techniques nécessaires à la conception, réalisation et diffusion d'une communication (graphisme, édition, publicité).

Lieu de rencontre interdisciplinaire, le studio de création s'appuie nécessairement sur l'ensemble des disciplines (technologie de la communication, Arts visuels et appliqués, expression plastique, technologie et nouvelles technologies).

Les deux années de formation sont fondées sur les trois domaines du design de communication : graphisme, édition, publicité :

- une partie de la formation est consacrée à de courtes études de cas, permettant d'aborder rapidement les aspects essentiels de la démarche créative;

- une autre partie de la formation comprend des sujets ou *demandes* (commandes fictives ou réelles) plus étoffées et permettant une synthèse des acquisitions, des développements créatifs et techniques;

- un stage professionnel de 4 à 8 semaines conclut la première année de formation (stage B).

Les projets, développés en studio de création, seront le lieu d'application des technologies (infographie, photographie, vidéographie).

Un **PROJET PROFESSIONNEL**, dans un domaine choisi (et pouvant inclure les deux autres), permettra à l'étudiant de montrer ses capacités à s'investir dans un programme de communication visuelle. Ce projet doit être compris comme le moment d'appropriation d'une demande, d'une problématique mettant en oeuvre les aspects créatifs et techniques, mercatiques et financiers du ou des domaines développés. **Le projet peut soit répercuter un thème réel traité ou observé en stage, soit être issu d'une commande ou d'un dialogue entre l'étudiant et les enseignants. Un temps limité sera consacré, dans la deuxième année de formation, à la conduite de ce projet.**

L'enseignement est assuré par des enseignants d'Arts Appliqués prioritairement nommés sur «poste à profil».

Les professionnels interviennent; sollicités par le professeur responsable, en amont, occasionnellement dans le suivi, ou en aval de projets. Leurs interventions ponctuelles, soit incitatives, soit informatives, soit critiques, garantissent aux travaux développés à partir d'objectifs de formation, l'adéquation aux exigences de marchés en constante évolution.

### savoirs

#### Créativité

- rhétorique plastique
  - composants plastiques
  - outils et moyens d'expression graphiques, plastiques, infographiques, photographiques et vidéographiques
- rhétorique iconique
  - image fixe / image animée
- sémiotique du message visuel
- créativité développée dans le cadre des méthodes répertoriées:
  - expérimentation des techniques de créativité (techniques informelles et techniques organisées)
  - association et combinaison des paramètres spécifiques d'origines diverses (le réel, les univers conventionnels, codés et symboliques, les images mentales collectives et individuelles)
  - détournement et déplacement, transfert des données implicites et explicites (signes, images, textes)
  - expérimentation à partir des figures de style

#### Cahier des charges et stratégies de communication

- créativité et stratégie
- mise en oeuvre de stratégies de communication adaptées au cahier des charges ou à la copie-stratégique

#### Graphisme

- identité visuelle
- signalétique et codes visuels

### niveaux d'exigence

Les outils graphiques, plastiques, informatiques, photographiques et vidéographiques font l'objet d'une pratique maîtrisée. La dialectique des moyens d'expression (texte et image) est assimilée.

Les composants plastiques et esthétiques de l'image concourent à donner du sens au message.

Les méthodes de créativité sont différenciées, expérimentées et maîtrisées.

Les exercices adaptés ont permis de développer la disponibilité, la rapidité, la diversité, l'efficacité. Ils favorisent la capacité de mettre à l'épreuve les codes d'expression.

Les effets des figures de style permettent la maîtrise des intentions créatives.

Les objectifs de la communication sont précisés à travers les intentions du cahier des charges et les stratégies de communication.

Les différents aspects du graphisme adapté à la communication visuelle sont repérés par une approche documentée. Ils sont analysés et donnent lieu à projets.

## savoirs

- graphisme institutionnel
- graphisme culturel (affiche, programme ...)
- packaging (habillage de produit)
- habillage télévisuel

- culture typographique
- de l'idée au signe
- culture graphique (courants)
- rapports texte / image
- charte graphique
- signes conventionnels
- phonogrammes, logogrammes

**Édition**

- livre
- presse
- communication (plaquette, dépliant, rapport annuel...)
- vente par correspondance (VPC) : catalogue, publipostage
- multimédia : CD Rom et supports numériques, réseaux

- culture typographique
- micro- et macro-typographies
- hiérarchisation et rapports des éléments textuels et visuels
- maquette et mise en page : grilles modulaires, chemin de fer
- liaison charte graphique / charte éditoriale
- production de roughs, production de photographies
- contrôle de l'iconographie

**publicité**

- média :  
affiche, annonce-presse, spots télévision, cinéma
- hors-média :  
affiche, publi-postage, publicité sur le lieu de vente (PLV)

- culture typographique
- image séquentielle : scénarimage
- rhétorique de l'image fixe et animée
- stratégies de communication publicitaire

## niveaux d'exigence

La culture typographique est validée par une pratique.  
Les éléments typographiques sont connus.  
La traduction graphique d'un concept est maîtrisée.  
Les courants graphiques sont connus.  
Les rapports texte / image et les principes d'une charte graphique sont expérimentés.  
Les signes graphiques sont analysés.

Les différentes formes de l'édition font l'objet d'une approche documentée. Elles sont analysées et certaines donnent lieu à projets.

Les éléments typographiques, la hiérarchisation et les rapports des éléments textuels et visuels ainsi que les principes de mise en page sont expérimentés.

Les principes d'une charte graphique liée à une charte éditoriale sont connus.  
L'iconographie d'un projet éditorial est maîtrisée.

Les supports sont connus aux plans techniques et stratégiques.  
L'analyse du plan média permet de comprendre la synergie des moyens mis en oeuvre et de développer des propositions.  
L'étude approfondie de campagnes permet de dégager les concepts et de repérer les niveaux de codification et leur pertinence.  
La mise en forme graphique, typographique et photographique d'une stratégie de communication publicitaire est maîtrisée.

## Préliminaires

Le cours de technologie de la communication a pour objet de donner, au futur technicien en communication visuelle, un ensemble de moyens théoriques, techniques et pratiques qui doivent lui permettre de comprendre les enjeux sociologiques et stratégiques de la communication visuelle aujourd'hui et d'être concrètement opérationnel à travers une méthode raisonnée et une créativité maîtrisée.

Les différentes sciences sollicitées et la variété des savoirs abordés forment un ensemble destiné à rendre perceptible deux dimensions actives dans la communication visuelle :

### • Dimension culturelle :

Cette dimension vise à permettre une adaptation de l'étudiant dans le milieu professionnel:

- elle fournit les ouvertures culturelles qui favorisent son insertion dans une structure professionnelle;
- elle donne les connaissances et instruments nécessaires pour analyser des formes et situations multiples de communication;
- elle donne à l'étudiant les moyens de s'informer et d'utiliser ses informations dans sa formation.

### • Dimension professionnelle :

Cette dimension doit permettre à l'étudiant de comprendre la spécificité de la communication visuelle et ses domaines d'application:

- elle recommande et contrôle la maîtrise d'un vocabulaire adapté à la demande;
- elle donne et explique tous les éléments qui définissent la situation de communication étudiée;
- elle participe à la concrétisation des acquis en cours de formation, dans le cadre du studio de création, et prépare à la réalité professionnelle.

## savoirs

### Théories de la communication

- information - communication
- genèse de la fonction sémiotique
- langage et fonction sémiotique
- fonctions de la communication
- communication et langages

### Analyse des messages de communication visuelle

- sémiotique des messages visuels
- monosémie - polysémie
- rhétorique plastique
- rhétorique iconique
- rhétorique filmique
- iconographie - iconologie
- synchronie - diachronie
- figures de style
- rapports texte / image

### Psycho-sociologie et communication

- civilisation - culture - histoire
- normes - valeurs - stéréotypes - mythes
- opinion - attitude - comportement
- niveau de vie - mode de vie - style de vie

### Information

- information et contexte socio-culturel
- information et histoire

### Structures professionnelles de communication visuelle

- agences de communication
- studios
- indépendants

### Techniques de créativité

- exploration analogique
- vagabondage visuel
- mise en scène de concepts
- méthodes d'évaluation ...

### Stratégies de communication globale

- communication interne et communication externe des organisations
- niveaux conceptuels : institution, marque, produit

## niveaux d'exigence

Les concepts opératoires sont compris dans leur contexte, différenciés et réinvestis dans le champ de la communication visuelle. Les processus d'implication, d'identification, de projection, de point de vue, de symbolisme conscient et inconscient sont repérés et analysés dans l'étude de documents littéraires, artistiques, graphiques et publicitaires.

Les notions de base sont maîtrisées et servent d'instrument d'analyse de la codification multiple des messages visuels et dans l'évaluation de leur pertinence conceptuelle.

Les passages du signifiant au signifié, de la dénotation à la connotation sont compris et utilisés dans l'analyse sémiotique.

Les situations de communication sont contextualisées.

Les particularités des cibles, publics ou partenaires de communication sont dégagées en fonction des principaux critères et mécanismes de régulation et de segmentation sociale.

Les méthodes de recherches et les ressources d'information sont comprises et utilisées.

Les différentes structures professionnelles sont identifiées et analysées. Les missions des différents acteurs sont repérées et comprises.

Les techniques sont connues. Elles peuvent être choisies et appliquées.

Les propositions émises sont satisfaisantes et réalisables.

Le rôle économique, social et culturel des organisations (entreprise, institution, association ...) est compris. Les niveaux conceptuels de communication sont distingués et leur utilisation est justifiée. Les techniques de communication visuelle sont contextualisées.

## savoirs

- communication visuelle dans le contexte global de la communication
- élaboration et mise en synergie des stratégies et moyens de communication
- **communication graphique**
  - études mercatiques
  - systèmes d'identité visuelle
  - charte graphique - livre des normes
  - cahier des charges
  - supports
- **communication éditoriale**
  - champs d'application
  - études mercatiques
  - cahier des charges
  - supports
- **communication publicitaire**
  - études mercatiques
  - stratégies marketing
  - stratégie de communication
  - copies stratégiques
  - média - hors média

## niveaux d'exigence

Le vocabulaire professionnel de la communication graphique, éditoriale et publicitaire est différencié, assimilé et réinvesti dans l'expression et l'analyse écrite ou orale.  
Les trois domaines de la communication visuelle sont étudiés au plan théorique, technique et pratique.

### Préliminaires

Les démarches analytique et synthétique fondent le cours d'expression plastique.

Le cours d'expression plastique a pour objet l'acquisition et l'approfondissement des savoirs, méthodes et techniques d'expression afin de parvenir à une démarche originale et personnelle. Associé aux autres disciplines d'investigation théorique et pratique (Arts visuels et appliqués, technologie de la communication, studio de création), il conduit à assimiler, expérimenter et s'approprier les savoirs fondamentaux dans le but de les choisir, les exploiter et les réinvestir.

Il permet :

- d'acquérir un vocabulaire plastique;
- de développer l'imagination;
- de stimuler la curiosité et d'enrichir sa production;
- de développer un esprit critique tout en intégrant les exigences de la profession par la maîtrise :
  - des moyens de représentation graphique,
  - des outils de représentation et d'expression plastiques,
  - des codes culturels,
  - des niveaux de sens.

### savoirs

#### Démarche analytique

- représentation de formes observées
  - codes perspectifs
  - morphologie végétale, animale, humaine
  - structures simples, complexes, combinatoires
  - directions - dimensions - proportions
  - relation formes/contre formes
  - rythmes formels
  - mouvement
  - techniques du trait
- représentation des effets de la lumière
  - sources de lumière
  - relation lumière/ombre
  - relation lumière/couleur
  - techniques du traitement des surfaces
- dessin d'intention
  - développement de la mémoire visuelle
  - élaboration mentale d'images
  - traduction d'intentions
- séquences d'images
  - représentation de l'espace et du temps
  - techniques de la bande dessinée et de l'image séquentielle
  - figures de style signifiantes
  - rhétorique filmique

#### Démarche synthétique et recherches plastiques

- pré-requis
  - savoirs fondamentaux
  - méthodes d'analyse : différentes formes d'évaluation
  - outils et supports : expérimentation, interaction
- rhétorique plastique
  - composants plastiques
  - sémantique plastique
- rhétorique iconique
  - composants
  - codes et cultures
  - sémantique iconique
- techniques créatives
  - déclinaison
  - spéculation
  - altération
  - détournement
  - transgression
  - figures de style

### niveaux d'exigence

Les moyens et techniques de représentation organisent une traduction concise d'éléments ou d'ensembles observés.

La précision d'observation et la rapidité de notation sont acquises.

Les conditions de perception visuelle et d'éclairage orientent les choix plastiques dans la traduction des données du visible.

L'ensemble des notions concernant le traitement et la représentation de la lumière sont maîtrisées.

Une pratique régulière du dessin de mémoire permet le développement de répertoires d'images mentales.

La traduction de formes, de situations ou de scènes fictives est résolue (transcodage).

Les capacités à traduire l'espace et le temps sont expérimentées, comprises et mises en oeuvre dans la conception et la réalisation de séquences d'images.

Les pré-requis sont confirmés et permettent un réinvestissement.

La distinction théorique entre signes plastiques et signes iconiques est assimilée. Les choix plastiques étudiés ou mis en oeuvre sont justifiés au plan sémantique.

La création, la manipulation ou l'étude de signes iconiques sont justifiées au plan sémantique.

Les techniques de créativité sont différenciées, expérimentées et maîtrisées. Une écriture personnelle résulte d'une pratique continue et diversifiée.

## Préliminaires

En relation avec les autres disciplines, l'enseignement de l'histoire des Arts visuels et appliqués, dans son contenu comme dans sa méthode, doit contribuer à développer la personnalité des étudiants et avoir des répercussions dans le domaine des arts appliqués qu'ils ont choisi : la communication visuelle.

Il ne s'agit pas, au cours de ces deux années, de chercher à couvrir de façon exhaustive toutes les périodes et champs de cette discipline. L'accumulation des connaissances n'est pas une fin en soi. Il importe que les étudiants aient, en fin de cursus, une attitude réflexive et critique. L'essentiel est qu'ils sachent structurer, ordonner leurs connaissances; qu'ils maîtrisent des méthodes d'analyse. Les mécanismes de réflexion acquis leur permettent d'étudier, de confronter des oeuvres, des supports (iconiques ou textuels) provenant de différents champs, de les replacer dans le temps et dans l'espace. La capacité à conceptualiser, à hiérarchiser leurs idées, à affiner une argumentation, qu'elle soit écrite ou orale, est indispensable.

Les 3 heures d'Arts visuels et appliqués se décomposent en deux parties distinctes :

- 2 heures d'études théoriques;
- 1 heure de connaissance de l'actualité artistique et de la création contemporaine.

### A • ÉTUDES THÉORIQUES

La première année est consacrée à vérifier, renforcer, fixer les connaissances et notions acquises dans l'Art occidental de la Préhistoire à nos jours, entre autres dans le domaine des signes et des écritures.

La deuxième année engage une approche réflexive et critique concernant les différents aspects de l'art de 1900 à nos jours, leurs relations et interactions.

Le cours prend appui, étant donné l'importance des périodes couvertes, sur des oeuvres clefs ou des textes majeurs, représentatifs d'une époque, d'un courant ou d'un artiste.

Au cours de ces deux années, sont privilégiés des modes d'approches dynamiques qui impliquent de façon directe et active, individuelle ou collective, les étudiants dans la construction de leur savoir : modules de recherches et d'approfondissement, projets interdisciplinaires, parcours transversaux ouvrant sur des problématiques toujours pertinentes au XX<sup>e</sup> siècle. Les axes et questions articulent l'analyse de documents visuels et l'étude de textes fondamentaux concernant les théories de l'art (lecture et analyse approfondie de textes : extraits de traités, entretiens, cours, réflexions, écrits, manifestes).

La formation peut prendre différents aspects : exposés, débats, productions écrites (fiches, rédaction d'analyses formelles et sémantiques, compte-rendu de textes théoriques, d'articles de presse, d'expositions).

OBJECTIFS :

- comprendre et repérer les articulations et évolutions des signes propres à la communication et des productions artistiques grâce à des repères historiques et esthétiques;
- faire émerger des problématiques, adopter un point de vue et prendre parti en trouvant l'argumentation nécessaire;
- acquérir un esprit d'analyse et de synthèse.

### B • CONNAISSANCE DE L'ACTUALITÉ ARTISTIQUE ET DE LA CRÉATION CONTEMPORAINE

Cette partie du cours ne s'appuie pas sur un programme donné. Elle prend en compte, dès la première année, la création et la multiplicité des média contemporains. Elle s'appuie sur l'échange et le commentaire de l'actualité de la création. Elle permet d'élargir les champs chronologiques habituels en répercutant, dès le début de la formation, les manifestations régionales, nationales ou internationales (expositions, productions, émissions, articles, nouveaux média).

OBJECTIFS :

- ouvrir la formation à la culture et à la création contemporaines immédiates;
- aborder les champs divers de la création (arts plastiques, arts appliqués, photographie, cinéma, télévision, vidéo, graphisme, images séquentielles, théâtre, danse, musique, littérature ...).

## savoirs

### PREMIÈRE ANNÉE :

#### • Études théoriques

Analyses thématiques mettant en relation transversale les aspects historiques et esthétiques dans une période pouvant aller de la préhistoire à nos jours dans l'Art occidental.

#### • Connaissance de l'actualité artistique et de la création contemporaine

## niveaux d'exigence

Les repères chronologiques, historiques et théoriques sont connus et articulés. Les oeuvres sont situées dans le temps et dans l'espace (quels que soient les techniques ou les champs abordés).

Les repères historiques fondamentaux et les principales évolutions des écritures pictographiques sont connus.

L'analyse formelle et sémantique des documents plastiques et iconiques, l'analyse de textes fondateurs sont conduites avec méthode.

Le vocabulaire est précis et rigoureux. L'expression, écrite et orale, est claire et argumentée.

Une stratégie de mise à jour de l'information concernant l'actualité artistique est mise en oeuvre.

## savoirs

**DEUXIÈME ANNÉE :****• Études théoriques**

De 1900 à nos jours.

- Engagements, ruptures, continuités des avants-gardes à nos jours.
- Différents aspects de l'art moderne du XX<sup>e</sup> siècle et de l'art actuel (arts appliqués, arts plastiques, architecture, photographie, cinéma, vidéo, multimédia ...).

**• Connaissance de l'actualité artistique et de la création contemporaine**

## niveaux d'exigence

Les démarches réflexives et critiques, à l'écrit et à l'oral, sont adoptées.

Une recherche documentaire précise est effectuée; la sélection des informations est maîtrisée.

La notion de contexte est assimilée.

Les références et l'argumentation nécessaires sont utilisées pour effectuer une analyse approfondie.

Les outils théoriques de base pour comprendre, formuler et expliciter une problématique sont connus et pratiqués.

Une stratégie de mise à jour de l'information concernant l'actualité artistique est mise en oeuvre.

### Préliminaires

Le laboratoire de nouvelles technologies est en prise directe avec les évolutions matérielles et techniques propres aux domaines du design de communication étudiés en studio de création. Il permet d'acquérir les connaissances informatiques indispensables à la finalisation des projets du studio de création. Les enseignants du studio de création sont impliqués dans la réalisation de ces projets.

Le laboratoire de nouvelles technologies établit le lien entre les technologies traditionnelles du cours de technologie et les pratiques informatiques liées à l'impression et l'édition. Il prend en compte les nouvelles données (photographie numérique, édition multimédia).

Il s'articule en deux parties :

- théorique : présentation des généralités, caractéristiques et fonctions des matériels et logiciels informatiques (infographie et multimédia);
- pratique : apprentissage des logiciels de PAO et de retouches d'images, initiation aux logiciels de multimédia.

L'enseignement est assuré prioritairement par des enseignants intervenant en studio de création.

La maintenance du laboratoire doit être assurée par un agent.

### savoirs

#### Infographie / nouvelles technologies

- les équipements informatiques
  - caractéristiques générales
  - mémoires
  - systèmes d'exploitation
  - formats et fichiers
  - équipements périphériques
  - (imprimantes, lecteurs, sauvegarde, tablettes, scanners ...)
- les logiciels de la chaîne graphique
  - natures et fonctions
  - PAO : de la saisie au montage
  - acquisition numérique des données
  - traitements et retouches de l'image numérique
- la chaîne graphique
  - liaison numérique et traditionnelle
  - scanners : numérisation et résolutions
  - trames offset traditionnelles et stochastiques
  - flasheuses
  - chaîne graphique : le tout-numérique
- le multimédia
  - définition d'un système multimédia
  - définitions des produits de l'édition informatique
  - logiciels multimédia
  - conception d'un produit multimédia
  - diffusion et exploitation des produits

### niveaux d'exigence

Les équipements informatiques (centraux et périphériques) sont connus. Leurs fonctionnements et connexions sont assimilés. Leurs caractéristiques sont repérées.

Les logiciels majeurs de la chaîne graphique, utilisés par la profession, sont pratiqués. Leur apprentissage a fait l'objet d'acquisitions théoriques et de manipulations pratiques en relation avec le Studio de création.

L'ensemble de la chaîne graphique numérique est connu. Les questions de numérisation, trames et résolutions sont réglées. Elles ont fait l'objet de manipulations expérimentales.

Les sorties professionnelles (flasheuses) et la chaîne graphique tout-numérique sont abordées lors du stage en imprimerie (stage A).

L'édition informatique ou multimédia est abordée de manière théorique (concept, arborescence, interactivité) et pratique par une initiation aux logiciels appropriés (conception, assemblage/montage, diffusion).

### Préliminaires

Le cours de technologie a pour objet de permettre au concepteur chargé d'un programme de communication visuelle :

- de prendre en compte les données relatives aux moyens mis en oeuvre;
- d'exploiter les moyens esthétiques, techniques et économiques appropriés;
- d'établir tous documents et instructions utiles à la réalisation d'une demande;
- de repérer les compétences professionnelles nécessaires à la réalisation;
- de suivre cette réalisation en contrôlant la conformité et la qualité des opérations en collaborant efficacement avec les spécialistes concernés.

En conséquence, le cours de technologie devra être étroitement associé au studio de création.

Un stage obligatoire de 5 jours (stage A) permettra de prendre connaissance des différents procédés de fabrication de la chaîne graphique. Ce stage se déroulera dans le courant du premier trimestre de la première année de formation.

Un deuxième stage (stage C), facultatif et pris sur le temps des congés scolaires, faisant l'objet d'une convention entre l'établissement et l'employeur, pourra se dérouler dans les secteurs de l'image, fixe ou animée.

Stage A : stage en imprimerie (voir précisions document annexe II -stages en milieu professionnel)

Stage B : stage de fin de première année (voir précisions document annexe II -stages en milieu professionnel)

Stage C : stage dans le secteur de l'image fixe ou animée (stage facultatif)

## savoirs

### Impression / reproduction

- produits imprimés
  - caractéristiques, conditions et limites d'utilisation
- supports
  - nature, classification, formats
- procédés d'impression
- méthodes de reproductions en couleurs
- opérations précédant l'impression
- finitions
- coûts de fabrication

### Images fixes et animées

- la photographie
  - les matériels
  - les surfaces sensibles et supports
  - le laboratoire
- la vidéo
  - les différents standards
  - les matériels
  - le montage
- le cinéma
  - principes de base

## niveaux d'exigence

Les techniques traditionnelles sont abordées (des supports aux techniques d'impression) :

- de manière théorique par le contenu du cours
- de manière pratique par le stage en imprimerie en première année de formation.

Les méthodes de reproduction sont connues.

Les opérations précédant la mise en oeuvre de l'impression, ainsi que les finitions et phases de façonnage sont répertoriées. Les coûts de fabrication sont abordés en relation avec des exemples concrets.

Les techniques photographiques et audiovisuelles sont abordées:

- de manière théorique par le contenu du cours
- de manière pratique par les expérimentations au sein du studio de création et durant les heures de travaux pratiques du cours de nouvelles technologies.

Les principes fondamentaux de la photographie et de la vidéo sont connus.

Les principes généraux du cinéma sont connus.

### Préliminaires

L'objectif de l'initiation à la gestion des entreprises dans les sections d'arts appliqués est de faire acquérir aux étudiants les connaissances suffisantes :

- pour leur permettre de replacer l'entreprise dans laquelle ils exerceront leur activité dans son contexte économique;
- pour les familiariser avec la finalité et les problèmes courants de cette entreprise et situer leur propre activité;
- pour les sensibiliser aux problèmes posés par la création d'une entreprise, contraintes à respecter, moyens mis à la disposition du créateur d'entreprise.

La présentation du cadre juridique des activités de l'entreprise a pour but d'informer les étudiants sur les problèmes juridiques auxquels ils pourront être confrontés au cours de leur activité et sur les relations entre l'entreprise et le salarié; c'est à la fois un instrument de connaissances nécessaires à l'activité professionnelle et un moyen de culture.

Le programme proposé est constitué de thèmes ne recouvrant pas forcément l'ensemble de l'activité de l'entreprise mais devant concerner des techniciens supérieurs du secteur des arts appliqués et choisis parmi ceux qui les préoccupent plus particulièrement.

L'enseignement de la gestion se limitera à l'étude d'un certain nombre de mécanismes concrets présentés sous une forme aisément assimilable à partir de documents ou de situations réelles. Les étudiants seront conduits à travailler sur des cas pratiques pour analyser des situations et rechercher des solutions motivées.

Dans la mesure du possible, les deux heures de cours seront dispensées massées. Il est souhaitable que l'enseignement soit confié au même professeur pendant les deux années de la formation.

### savoirs

#### L'entreprise

- diversité des conceptions de l'entreprise
  - l'entreprise : une structure productive
  - l'entreprise : un groupement humain
  - l'entreprise : une organisation au sein de l'environnement
  - l'entreprise : une culture
- insertion de l'entreprise dans la vie économique
  - types d'entreprises
  - organisation de la profession
  - place de l'entreprise dans le circuit économique

#### Le savoir-entreprendre

- démarche du créateur
  - projet de création
  - montage financier
  - montage juridique
- démarche du dirigeant
  - gestionnaire
  - décideur

#### Les cibles

- études qualitatives et quantitatives
- segmentation

#### Le cadre juridique des activités économiques et sociales de l'entreprise

- mécanismes juridiques fondamentaux liés à l'activité économique
  - actes et faits juridiques, preuve
  - contrats (conditions de validité, exécution des obligations contractuelles)
  - responsabilité civile et pénale
- protection de la création industrielle et artistique
  - protection des marques
  - propriété intellectuelle et droits d'auteur
  - protection des dessins et modèles
  - cession des droits de création
- relations juridiques de l'entreprise avec les salariés
  - relations individuelles (le contrat de travail, la rupture du contrat de travail, la rémunération)

### niveaux d'exigence

L'entreprise est caractérisée.

Son rôle social, économique et culturel est compris.  
Ses interactions avec l'environnement sont analysées.

La démarche de création d'entreprise (individuelle, sociétaire) est appréhendée dans son ensemble.

Les cibles sont repérées.

Les droits et les obligations liés aux activités professionnelles sont repérés.

## savoirs

- relations collectives (la représentation des salariés, la négociation collective, les conflits collectifs)

**L'activité commerciale de l'entreprise**

- démarche mercatique
- étude de marché
  - différents marchés de l'entreprise
  - études quantitatives et qualitatives
  - sources documentaires
  - segmentation du marché
- variables mercatiques
  - produit
  - prix
  - distribution
  - communication
- stratégie commerciale
  - diagnostic commercial de l'entreprise
  - objectifs commerciaux
  - marchéage

**La gestion comptable et financière de l'entreprise**

- informations fournies par la comptabilité générale
  - modèle comptable, détermination du résultat
  - facturation et calculs commerciaux
  - taxe sur la valeur ajoutée
  - règlements et gestion des comptes clients
- analyses du résultat
  - compte de résultat
  - principaux soldes intermédiaires de gestion
  - calcul des coûts
  - seuil de rentabilité
- analyse du bilan
  - bilan comptable, bilan fonctionnel, bilan financier condensé
  - fonds de roulement et besoin en fonds de roulement
  - principaux ratios d'analyse du bilan
- éléments de gestion prévisionnelle
  - principes de la gestion prévisionnelle
  - prévision des ventes et budgets commerciaux
  - budget de trésorerie

**Les outils mathématiques appliqués à la gestion de l'entreprise**

- éléments de statistiques
  - constitution des séries statistiques et leurs représentations graphiques
  - caractéristiques d'une série statistique (position, dispersion)
  - indices
- éléments de probabilités
  - notion de variable aléatoire
  - loi normale
  - test du Khi-Deux
- échantillonnage statistique
  - échantillon (principes et techniques de l'estimation)
  - taille de l'échantillon
- techniques financières
  - intérêts simples et intérêts composés
  - annuités et emprunts
  - rentabilité des investissements

## niveaux d'exigence

Les composantes d'un marché sont analysées.  
Les différentes techniques d'études du marché sont identifiées.  
Les composantes du plan d'action commerciale sont énumérées.

Les informations fournies par la comptabilité générale sont comprises.  
Les opérations courantes sont analysées.  
Le compte de résultat et le bilan sont interprétés.  
La situation financière de l'entreprise est caractérisée.

À partir de cas concrets et/ou de situations réelles ou simulées :  
- les principaux outils mathématiques appliqués à la gestion sont mis en oeuvre.

**1ère partie: LA COULEUR**

- Dispersion de la lumière blanche par un prisme ou par un réseau: Notion de longueur d'onde.
- Synthèse additive et synthèse soustractive des couleurs.
- Utilisation de filtres colorés.
- Détermination précise d'une couleur (longueur d'onde, Luminance, saturation)
- Notions de colorimétrie.

**2 ème partie: LA PHOTOGRAPHIE**

- Les Lentilles: propriétés générales.
- Construction de l'image donnée par une lentille
- L'Appareil photo: Constitution, rôle des différentes parties.
- Profondeur de champ: influence des divers paramètres.
- Sensibilité des pellicules photo.
- Le développement des photos.

**3 ème partie: LA TRANSMISSION DES IMAGES**

- La perception des images et des couleurs
- les capteurs CCD
- Transformation d'une information lumineuse en tension ou en courant.
- Principes de divers appareils (télécopieurs, caméscope...)
- Principe de la télévision en couleurs Reconstitution de l'image.

L'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs «communication visuelle» se réfère aux dispositions de l'arrêté du 30 mars 1989 (BOEN n°21 du 25 mai 1989) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel des capacités du domaine de l'expression française pour les brevets de technicien supérieur.

L'acquisition de quelques notions de psychologie sociale ainsi qu'une introduction à l'étude de la réalité sociale contemporaine permettront aux candidats :

- de comprendre le sens et la finalité des messages visuels;
- d'analyser les motivations et les modes de perception des publics auxquels ils s'adressent;
- de développer cette exigence critique et théorique sans laquelle un technicien ne peut prétendre à la maîtrise de sa technique.

### 1 - Notions de psycho-sociologie

- a) L'individu en société. L'individu en groupe.
- Les phénomènes de masse : les modèles culturels. Les rôles.
  - Apprentissage et éducation .
  - Les phénomènes de groupe : affinités, influences, tensions ; les styles d'autorité ; la décision.
- b) Les conduites psycho-sociales : la personnalité.
- La perception du monde : le réel et l'imaginaire.
  - L'affectivité : expressions et significations.
  - La notion de personne : le personnage, la conscience de soi, la relation à autrui, la liberté.

### 2 - La société aujourd'hui

- a) Classes et milieux : mentalités et modes de vie
- Le monde rural : survivances et transformations.
  - La bourgeoisie et les classes moyennes : les cadres ; les professions libérales ; intellectuels et artistes.
  - Le monde ouvrier : mutations et différenciations.
- b) Les communications de masse.
- Les médias : codes, thèmes et mythes.
  - L'opinion et ses conditionnements: publicité et propagande
  - La presse et le traitement de l'information
- c) Les perspectives d'avenir
- Les changements et la résistance au changement; le travail et les loisirs; le progrès en question; les fonctions de l'utopie; valeurs traditionnelles et valeurs nouvelles.

Les futurs titulaires du BTS Communication Visuelle seront amenés au cours de leur vie professionnelle à s'exprimer dans une langue vivante étrangère \*: la formation s'attachera donc à développer les notions nécessaires pour leur permettre de:

- communiquer avec des partenaires étrangers (commanditaires, chefs d'entreprise, collaborateurs...) pour analyser une demande, exposer un projet, développer un argumentation;
- prendre connaissance d'informations culturelles ou techniques;
- exploiter des matériels spécialisés.

Les objectifs de cet enseignement s'inscrivent dans la conception générale de l'enseignement des langues vivantes dans les sections de techniciens supérieurs: la consolidation, l'extension, la diversification, l'adaptation des acquis linguistiques des étudiants et leur enrichissement culturel et intellectuel.

Composante nécessaire d'une formation professionnelle évolutive et actuelle, cet enseignement prendra en considération les ressources, les intérêts et les besoins des étudiants en fonction de leur scolarité antérieure pour développer les capacités linguistiques correspondant à la qualification professionnelle recherchée.

La connaissance de la civilisation des pays étrangers dans son rapport avec la création artistique ainsi que les interrelations entre la communication visuelle et son environnement culturel et professionnel seront particulièrement privilégiées.

Divers supports pourront être utilisés:

- documents relatifs au fonctionnement d'une agence, d'une équipe de créatifs ou de rédacteurs;
- documents de communication à usage interne: supports d'activité de différents services;
- documents de communication à usage externe: supports de l'image de marque d'une entreprise, d'un produit;
- articles de presse, spécialisée ou non.

Une place importante sera réservée aux activités pratiques, individuelles ou en groupes, en fonction des connaissances à acquérir et des exigences de l'épreuve.

### savoirs

- Renforcer les connaissances lexicales précédemment acquises et acquérir un lexique spécialisé
- Construire des énoncés complexes, en particulier:
  - présenter une intention
  - organiser une démarche
  - argumenter
  - formuler des hypothèses
  - présenter un projet
- Analyser un document iconographique, une fiche technique, un article de presse.
- Se présenter, rédiger un commentaire ou une légende, une lettre de nature professionnelle, un CV, répondre à une annonce.

### niveaux d'exigence

- Le vocabulaire est précis et suffisamment riche.
- L'expression est intelligible, correcte et nuancée.
- Les messages sont compris.
- L'argumentation est construite et convaincante.

\* Le plus souvent l'anglais. Si le choix de cette langue n'est pas imposé, pour l'épreuve obligatoire à l'examen, il est cependant vivement recommandé. L'une des deux langues vivantes doit être l'anglais.

- **Tableau des unités constitutives  
du référentiel de certification**

C	Capacités	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
C1-1	traiter les informations initiales de la demande							
C1-2	identifier l'environnement de la commande							
C1-3	analyser et sélectionner les informations							
C2-1	énoncer des orientations créatives							
C2-2	comparer des réponses							
C3-1	engager un choix de création							
C3-2	assurer le développement de la réalisation							
C4-1	coordonner les étapes de la production							
C4-2	vérifier la cohérence globale							
C5-1	argumenter la présentation du projet							
C5-2	s'adapter à une situation de communication							

C	Capacités	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
C1-1	traiter les informations initiales de la demande	■	■					
C1-2	identifier l'environnement de la commande	■	■					
C1-3	analyser et sélectionner les informations	■	■					
C2-1	énoncer des orientations créatives	■	■	■				
C2-2	comparer des réponses	■	■	■				
C3-1	engager un choix de création	■	■					
C3-2	assurer le développement de la réalisation							
C4-1	coordonner les étapes de la production							
C4-2	vérifier la cohérence globale							
C5-1	argumenter la présentation du projet							
C5-2	s'adapter à une situation de communication							

C	Capacités	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
C1-1	traiter les informations initiales de la demande	■	■					
C1-2	identifier l'environnement de la commande	■	■					
C1-3	analyser et sélectionner les informations	■	■					
C2-1	énoncer des orientations créatives	■	■	■				
C2-2	comparer des réponses	■	■	■				
C3-1	engager un choix de création	■	■	■		■		
C3-2	assurer le développement de la réalisation	■		■		■		
C4-1	coordonner les étapes de la production	■				■		
C4-2	vérifier la cohérence globale	■				■		
C5-1	argumenter la présentation du projet							
C5-2	s'adapter à une situation de communication	■						

C	Capacités	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
C1-1	traiter les informations initiales de la demande	■	■					
C1-2	identifier l'environnement de la commande	■	■					
C1-3	analyser et sélectionner les informations	■	■					
C2-1	énoncer des orientations créatives	■	■					
C2-2	comparer des réponses	■	■				■	
C3-1	engager un choix de création	■	■				■	■
C3-2	assurer le développement de la réalisation	■					■	■
C4-1	coordonner les étapes de la production	■					■	■
C4-2	vérifier la cohérence globale	■					■	■
C5-1	argumenter la présentation du projet	■						■
C5-2	s'adapter à une situation de communication							

---

Brevet de Technicien Supérieur  
Communication visuelle

**Annexe II**

**Stages en milieu professionnel**

## Objectifs

Le candidat au brevet de technicien supérieur communication visuelle devra effectuer des stages en entreprises afin de compléter et d'améliorer sa formation, sa connaissance du milieu professionnel et des problèmes liés à l'exercice de l'emploi. En raison de la diversité des natures d'activités que pourra rencontrer le technicien supérieur en communication visuelle dans ses fonctions, cette formation obligatoirement effectuée en entreprise, devra privilégier l'acquisition de compétences difficiles à développer en centre de formation. Ce stage doit être aussi l'occasion d'une sensibilisation à l'environnement professionnel.

## Organisation générale

Le stage est obligatoire pour les étudiants relevant d'une préparation :

- par la voie scolaire;
- par la voie de l'apprentissage;
- par la voie de la formation continue.

Cette formation, organisée avec le concours des milieux professionnels, est placée sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant et, le cas échéant, des services du conseiller culturel français du pays d'accueil pour un stage à l'étranger; elle est effectuée obligatoirement dans une ou plusieurs entreprises, publiques ou privées, françaises ou étrangères, dans une administration ou une collectivité locale française.

## Organisation particulière

En fonction des situations de préparation :

### • VOIE SCOLAIRE :

Les stages obligatoires sont au nombre de deux :

- stage A : une semaine en début de formation pour permettre à l'étudiant de prendre connaissance des différents procédés de fabrication de la chaîne graphique;
- stage B : 4 à 8 semaines à partir du mois de mai de la première année de formation. Il se déroule dans une ou deux organisations (entreprises, institutions, agence de publicité, studio de design graphique ou de design global, département de communication interne ...).
- en outre un stage facultatif (stage C), pris sur le temps des congés scolaires, peut se dérouler dans les secteurs de l'image, fixe ou animée.

### MODALITÉS

La recherche de l'une ou des entreprises d'accueil est assurée par l'étudiant. En cas de difficulté constatée, il doit être aidé par l'équipe pédagogique de son établissement de formation.

L'organisation de stage fait l'objet d'une convention entre l'établissement fréquenté par l'étudiant et l'entreprise d'accueil. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur (circulaires des 30 octobre 1959, BOEN n° 24 du 1 décembre 1959 et du 26 mars 1970, BOEN n°17 du 23 avril 1970). Toutefois, cette convention pourra être adaptée pour tenir compte des contraintes imposées par la législation du pays d'accueil ou par les règles propres aux administrations françaises. La convention constitue un contrat de formation précisant les droits et les obligations de chacune des trois parties : l'entreprise d'accueil, l'établissement de formation et l'étudiant. La convention précise également les objectifs pédagogiques du stage.

Pendant les stages en entreprise, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant stagiaire et non de salarié (à moins que la législation du pays d'accueil en décide autrement). Il est astreint au respect des horaires pratiqués dans l'entreprise.

Les stages sont placés sous la responsabilité de l'équipe pédagogique qui assure le suivi de chaque étudiant.

En fin de stage (A et B et éventuellement C), le responsable de l'entreprise ou son représentant remet à l'étudiant stagiaire :

- un certificat de stage;
- un tableau récapitulatif des activités conduites pendant le stage et le degré de responsabilité de l'étudiant stagiaire dans leur réalisation.

Ces documents figurent dans le dossier de l'épreuve projet professionnel.

Un étudiant qui, pour une raison de force majeure, dûment constatée, n'a pu effectuer qu'une partie des stages obligatoires peut être autorisé par le recteur à se présenter à l'examen. Le jury est tenu informé de la situation du candidat.

stage B : modalités particulières

Ce stage peut servir de support au repérage d'un cas réel pouvant être utilisé pour l'épreuve du projet professionnel.

Une mission de stage est négociée entre le responsable de l'entreprise (ou son représentant) et les professeurs assurant les enseignements professionnels, en accord avec l'étudiant stagiaire.

L'étudiant stagiaire rédige un document de synthèse d'une dizaine de pages (avec possibilité d'annexes), présentant, par exemple, l'entreprise d'accueil, le déroulement du stage, les activités conduites et mettant en évidence les réflexions ainsi que les conclusions suscitées par le stage (tout en respectant le caractère confidentiel des activités spécifiques de l'entreprise).

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen peuvent, s'ils le jugent nécessaire au vu des éléments de note et du regard porté par le jury sur les différents volets de l'épreuve professionnelle de synthèse, effectuer une nouvelle période en entreprise, en vue d'élaborer un nouveau rapport de stage.

• **VOIE DE L'APPRENTISSAGE :**

Les objectifs pédagogiques du stage et les documents à produire à l'issue de cette expérience précisés ci-dessus pour les stagiaires sont les mêmes pour les apprentis et les jeunes sous contrat de qualification.

• **VOIE DE LA FORMATION CONTINUE :**

**Soit en situation de première formation, soit en situation de reconversion**

Les modalités sont identiques à celles des candidats « voie scolaire » à l'exception des points suivants :

- la durée du stage B est de 4 à 8 semaines, elle s'ajoute aux durées de formation dispensées dans le centre de formation continue;
- la recherche de l'entreprise d'accueil peut être assurée par l'organisme de formation;
- le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

**Soit en situation de perfectionnement**

Les modalités sont identiques à celles des candidats « voie scolaire » à l'exception des points suivants :

- le certificat de stage peut être remplacé par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans les activités relevant du design de communication en qualité de salarié à plein temps pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

• **CANDIDAT AYANT OCCUPÉ PENDANT 3 ANS** au moins à la date du début des épreuves un emploi dans un domaine professionnel correspondant aux finalités du brevet de technicien supérieur communication visuelle.

Les modalités sont identiques à celles des candidats « voie scolaire » à l'exception des points suivants :

- le certificat de stage peut être remplacé par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans les activités professionnelles dans le secteur considéré.

## Organisation de la session d'examen

Le recteur fixe la (ou les) date(s) à laquelle (auxquelles) le certificat de stage, les certificats de travail, le tableau récapitulatif, le document de synthèse doivent être remis au service chargé de l'organisation de l'examen.

## Durée des stages en milieu professionnel

Durée normale	1 semaine en début de formation 4 à 8 semaines à partir du mois de mai en première année de formation
Durée minimum exigée dans le cadre d'une formation aménagée	3 semaines
Durée minimum exigée en formation continue dans le cas d'une décision de positionnement	3 semaines

---

Brevet de Technicien Supérieur  
Communication visuelle

**Annexe III**

**Horaires**

Enseignements	TS 1	TS 2
<b>Enseignement général</b>		
Français	2	2
Sciences humaines	1	1
Langue vivante	2	2
Sciences Physiques	(1) [a]	(1) [a]
Économie-gestion	2	2
<b>Enseignement artistique</b>		
Expression plastique	3 + (2) [a]	3 + (2) [a]
Arts visuels et appliqués	3	3
<b>Enseignement professionnel</b>		
Studio de création	3 + (8) [a]	3 + (8) [a]
Technologie de la communication	1	1
Nouvelles technologies	1 + (3) [b]	1 + (3) [b]
Technologie	1	1
<b>total hebdomadaire</b>	<b>33</b>	<b>33</b>
<b>Enseignements facultatifs</b>		
Langue vivante 2	2	2
Laboratoire photo (ou vidéo)	3	3

[a] travaux dirigés

[b] travaux pratiques

---

Brevet de Technicien Supérieur  
Communication visuelle

**Annexe IV**

**Règlement d'examen**

					Formation professionnelle continue dans des établissements publics habilités
ÉPREUVES	UNITÉS	COEF.	FORME PONCTUELLE	DURÉE	CONTRÔLE EN COURS DE FORMATION
E.1. Français	<b>U. 1</b>	4	écrit	4 h	
E.2. langue vivante 1	<b>U. 2</b>	2	oral	0h 20 [a]	
E.3. Arts visuels et appliqués	<b>U. 3</b>	3	écrit	3 h	2 situations d'évaluation
E.4. Démarche créative	<b>U. 4</b>	6	écrit	16 h [b]	4 situations d'évaluation
E.5. Dossier de travaux	<b>U. 5</b>	4	oral	0h 30	2 situations d'évaluation
E.6. Projet professionnel	<b>U. 6</b>	6	oral	0h 40	1 situation d'évaluation
<b>ÉPREUVES FACULTATIVES</b>					
E.F.1. Langue vivante 2	<b>U.F.1</b>	1	oral	0h 20 [a]	
E.F.2. Musique	<b>U.F.2</b>	1	oral	0h 15	

[a] durée de la préparation: 20 minutes.

[b] 16 heures décomposées comme suit : une journée de 8 heures en continu suivie d'une deuxième journée de 8 heures en continu. Une 1/2 heure de repas consommé sur place s'ajoute chaque jour.

---

Brevet de Technicien Supérieur  
Communication visuelle

**Annexe V**

**Définition des épreuves ponctuelles  
et des situations d'évaluation en contrôle  
en cours de formation**

- Épreuve écrite
- Durée : 4 heures
- coefficient : 4

La définition et la durée de l'épreuve de français se réfèrent aux dispositions de l'annexe III de l'arrêté du 30 mars 1989 (BOEN n°21 du 25 mai 1989) fixant les objectifs, contenus de l'enseignement et référentiel des capacités du domaine de l'expression française.

- Épreuve orale
- **Durée : 20 minutes - précédées de 20 minutes de préparation**
- **coefficient : 2**

### Objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer la compréhension de la langue écrite et orale ainsi que l'expression orale.

### Modalités

L'épreuve consiste en un entretien prenant appui sur une documentation en relation avec l'activité professionnelle (documentation iconographique et texte bref, évitant toute spécialisation ou difficulté technique excessives).

Le candidat présente le document et répond à des questions simples pouvant déboucher sur des échanges plus larges.

- Épreuve écrite
- Durée : 3 heures
- coefficient : 3

### Objectifs

Cette épreuve sert à vérifier l'aptitude du candidat :

- à analyser et à avoir une réflexion critique, quels que soient les champs artistiques choisis;
- à comprendre et repérer les articulations et les évolutions :
  - des signes propres à la communication;
  - des productions artistiques.
- à faire émerger des problématiques, adopter un point de vue et prendre parti en trouvant l'argumentation nécessaire;
- à s'informer sur la culture et la création contemporaine.

### Modalités

Deux sujets au choix, présentant pour au moins l'un d'entre eux, l'analyse comparée de plusieurs documents iconiques, éventuellement accompagnés de textes.

### Évaluation

Sont évalués les capacités :

- d'analyse et de réflexion;
- d'articulation et de hiérarchisation des savoirs;
- de synthèse;
- de maîtrise de l'expression écrite et d'utilisation du vocabulaire spécifique.

- **Épreuve écrite**
- **Durée : 16 heures (2 x 8 heures) [a]**
- **coefficient : 6**

### Objectifs

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat :

- à analyser une problématique relevant du domaine de la communication visuelle;
- à énoncer des orientations créatives multiples;
- à communiquer ses idées par des moyens graphiques;
- à montrer des qualités de discernement et de cohérence;
- à envisager les déclinaisons et évolutions possibles.

### Modalités

Dans cette phase créative de l'examen, cette épreuve se limitera aux techniques d'esquisses/roughs. Les procédés infographiques sont exclus.

L'épreuve se compose de 2 parties de 8 heures :

- premier jour : le sujet porte :  
soit sur le graphisme et l'édition;  
soit sur le graphisme;  
soit sur l'édition.
- deuxième jour : le sujet porte sur la communication publicitaire.

### Évaluation

Cette épreuve est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de la communication) et de professionnels.

Sont évalués :

- les qualités créatives;
- la pluralité des propositions;
- l'organisation, la lisibilité des réponses.

[a] Une 1/2 heure de repas consommé sur place s'ajoute chaque jour.

- Épreuve orale
- Durée : 30 minutes
- coefficient : 4

## Objectifs

Cette épreuve sert à vérifier les compétences professionnelles du candidat dans les 3 domaines du design de communication (graphisme, édition, publicité).

Cette épreuve permet d'apprécier la pratique du dessin du candidat; elle sert également à mettre en valeur la dimension personnelle de ses pratiques hors du champ strictement professionnel.

## Modalités

Seront présentés dans le dossier lors de cette épreuve :

- les trois domaines du studio de création;
- la pratique de l'infographie à travers la finalisation de certains travaux;
- l'expression plastique.

## Évaluation

Cette épreuve est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création, en expression plastique et en nouvelles technologies) et de professionnels.

Sont évalués :

- l'aspect créatif dans les 3 domaines du studio;
- la qualité de l'écriture personnelle dans le domaine de l'expression plastique;
- la maîtrise des nouvelles technologies;
- la capacité à organiser, articuler et contextualiser les éléments constitutifs du dossier;
- la qualité de la prestation orale du candidat liée à la présentation du dossier.

## Conditions particulières

CANDIDATS EN SITUATION DE PERFECTIONNEMENT :

le dossier de travaux présentera en priorité les travaux professionnels dans les trois domaines de la communication et des travaux témoignant de la maîtrise des pratiques de l'infographie à travers la finalisation de certains d'entre eux.

Des travaux d'expression plastique ne peuvent être exigés.

CANDIDATS AYANT OCCUPÉ PENDANT 3 ANS AU MOINS À LA DATE DU DÉBUT DES ÉPREUVES UN EMPLOI DANS UN DOMAINE PROFESSIONNEL CORRESPONDANT AU PROFIL DU BTS :

le dossier de travaux permettra d'évaluer les compétences et les capacités professionnelles dans les trois domaines de la communication. Il permettra tout spécialement d'observer les compétences professionnelles dans la pratique de l'infographie à partir des travaux présentés. Dans ce cas, le dossier de travaux se trouve être l'élément opérationnel présenté auprès de l'une ou l'autre des diverses professions. Il sera constitué de travaux professionnels réalisés l'année précédant l'examen.

**La date de remise du dossier professionnel est fixée par le recteur.**

- Épreuve orale
- Durée : 40 minutes
- coefficient : 6

## Objectifs

Le projet professionnel vise à apprécier l'aptitude du candidat à :

- analyser une situation réelle ou vraisemblable, observée en stage ou non, sous l'angle de la communication;
- placer cette situation de communication dans son contexte;
- mettre en oeuvre les démarches et les outils spécifiques nécessaires à la concrétisation du projet;
- soutenir oralement une démarche complète dans le domaine de la communication visuelle.

Cette épreuve a pour but d'articuler les différents aspects professionnels du projet.

## Modalités

Le projet se situe dans l'un des 3 domaines de la communication visuelle (graphisme, édition, publicité) et peut inclure les 2 autres.

L'épreuve prend appui sur un cas concret de communication présenté sous forme d'un dossier complet composé de documents visuels et rédactionnels.

Le candidat justifie et valorise son projet au plan conceptuel et visuel.

Les aspects techniques, stratégiques, économiques et législatifs sont traités et rassemblés dans un document accompagnant le développement créatif. Les questions relatives à ces études sont posées par les membres du jury.

Le candidat doit pouvoir répondre, dans ces disciplines, à des questions annexes se rapportant aux programmes.

Le travail doit être mené dans une optique professionnelle, dans le courant de la deuxième année de formation.

## Évaluation

Cette épreuve est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création, en technologie de la communication, en économie-gestion) et de professionnels.

Sont évalués les différents aspects du projet :

- créatif;
- stratégique et relevant de la communication;
- technique;
- économique et législatif.

Il est tenu compte de la qualité de la soutenance.

Devront être joints au dossier les documents concernant le stage en milieu professionnel ou l'activité professionnelle :

- certificat d'attestation de présence;
- tableau récapitulatif des activités conduites;
- document de synthèse.

## Conditions particulières

CANDIDATS EN SITUATION DE PERFECTIONNEMENT :

le projet sera réalisé soit pendant le stage, soit dans le cadre de l'activité professionnelle précédant le stage.

CANDIDATS AYANT OCCUPÉ PENDANT TROIS ANS AU MOINS À LA DATE DU DÉBUT DES ÉPREUVES, UN EMPLOI DANS UN DOMAINE PROFESSIONNEL CORRESPONDANT AU PROFIL DU BTS :

le projet sera réalisé dans l'année précédant l'épreuve.

**La date de remise du dossier professionnel est fixée par le recteur.**

- **Épreuve orale**
- **Durée : 20 minutes - précédées de 20 minutes de préparation**
- **coefficient : 1**

### Objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer la compréhension de la langue écrite et orale ainsi que l'expression orale.

### Modalités

L'épreuve consiste en un entretien prenant appui sur une documentation en relation avec l'activité professionnelle (documentation iconographique et texte bref, évitant toute spécialisation ou difficulté technique excessives).

Le candidat présente le document et répond à des questions simples pouvant déboucher sur des échanges plus larges.

- Épreuve orale
- Durée : 15 minutes
- coefficient : 1

**1) Épreuve instrumentale ou vocale :**

Le candidat devra, à l'aide d'un instrument d'orchestre ou en utilisant sa voix, présenter une oeuvre ou un fragment d'oeuvre de son choix dont il fournira la partition à l'examineur.

*Durée maximale : 5 minutes*

Le candidat aura précisé, lors de l'inscription, le mode d'interprétation choisi.

Il devra apporter son instrument, s'il y a lieu, au moment de l'épreuve (à l'exclusion du piano).

**2) A l'issue de l'épreuve seront posées au candidat des questions portant sur :**

- les principaux courants et l'époque de composition choisie
- le style, le genre et l'époque de composition de l'oeuvre choisie.

*Durée maximale de l'interrogation : 10 minutes.*

---

## Brevet de Technicien Supérieur Communication visuelle

### **Formation professionnelle continue**

### **Définition des situations d'évaluation du contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation s'effectue selon des dispositions communes à tous les établissements concernés de manière à maintenir l'homogénéité de l'évaluation. Ces dispositions portent sur la nature des compétences à évaluer, la forme que prend l'évaluation (écrite, orale, pratique), le nombre et la périodicité des situations d'évaluation, le poids relatif de chacune d'elles dans l'établissement de la note transmise au jury. Les professionnels sont invités à chaque situation d'évaluation. Leur participation est obligatoire lors de la dernière situation, pour chaque épreuve.

- Épreuve écrite
- coefficient : 3

## Objectifs

Les différentes évaluations servent à vérifier l'aptitude du candidat :

- à analyser et à avoir une réflexion critique, quels que soient les champs artistiques choisis;
- à comprendre et repérer les articulations et les évolutions :
  - des signes propres à la communication;
  - des productions artistiques.
- à faire émerger des problématiques, adopter un point de vue et prendre parti en trouvant l'argumentation nécessaire;
- à s'informer sur la culture et la création contemporaine.

## Modalités

- **Première situation** : épreuve écrite, durée 2 heures, coefficient 1,5.

Le candidat doit procéder par écrit à l'analyse comparée de plusieurs documents iconiques, éventuellement accompagnés de textes. Les documents servant de supports à l'épreuve sont choisis parmi les divers champs de la création, de la préhistoire à nos jours dans l'Art occidental.

## Évaluation

L'évaluation porte sur les savoirs en arts visuels et appliqués.

Sont évalués :

- l'articulation et la hiérarchisation des savoirs;
- la maîtrise de l'expression écrite, l'utilisation du vocabulaire spécifique.

- **Deuxième situation** : coefficient 1,5.

Le candidat doit réaliser une étude relevant de l'actualité artistique et de la création contemporaine. Cette étude met en évidence les qualités réflexives du candidat et peut porter sur une problématique, un thème, une oeuvre... Elle est limitée à une dizaine de pages, hors iconographie et doit être remise au professeur en fin de formation.

## Évaluation

Sont évaluées :

- les capacités d'analyse et de synthèse.

- Épreuve écrite
- coefficient : 6

## Objectifs

L'objectif des différentes évaluations est d'apprécier l'aptitude du candidat à :

- analyser et à avoir une réflexion critique, quels que soient les champs artistiques choisis;
- énoncer des orientations créatives multiples;
- communiquer ses idées par des moyens graphiques;
- montrer des qualités de discernement et de cohérence;
- envisager des déclinaisons et évolutions possibles.

## Modalités

L'évaluation comporte 4 séquences organisées en cours de formation. Les situations présentent un caractère progressif par le nombre et la nature des compétences évaluées, et par le niveau d'exigence qui peut être caractérisé par :

- la complexité du travail demandé;
- la variété et l'étendue des champs d'application;
- le degré d'autonomie.

**Première situation** : épreuve pratique, durée 4 heures, coefficient 1

Le candidat répond à une demande portant sur le domaine du graphisme ou de l'édition.

**Deuxième situation** : épreuve pratique, durée 4 heures, coefficient 1.

Le candidat répond à une demande portant sur le domaine du graphisme ou de l'édition (différent de la première situation).

**Troisième situation** : épreuve pratique, durée 8 heures, coefficient 2.

Le candidat répond à une demande portant sur le domaine du graphisme / édition.

**Quatrième situation** : épreuve pratique, durée 8 heures, coefficient 2.

Le candidat répond à une demande portant sur le domaine de la communication publicitaire.

Pour chaque situation, la réalisation est limitée aux techniques d'esquisses / roughs. Les procédés infographiques sont exclus.

## Évaluation

Sont évalués :

- les qualités créatives;
- la pluralité des propositions;
- l'organisation, la lisibilité des réponses.

Ces situations sont évaluées par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de la communication) et de professionnels.

- **Épreuve orale**
- **coefficient : 4**

## Objectifs

Les différentes situations d'évaluation servent à vérifier les compétences professionnelles du candidat dans les 3 domaines du design de communication (graphisme, édition, publicité).

Elles permettent d'apprécier la pratique du dessin du candidat; elles servent également à mettre en valeur sa dimension personnelle hors du champ strictement professionnel.

## Modalités

- **Première situation** : épreuve orale, durée 20 minutes, coefficient 1,5.

Cette situation se déroule dans la première moitié du temps de formation.

Le candidat présente un dossier portant sur un des trois domaines du studio de création et sur la pratique de l'infographie au travers de la finalisation de certains travaux.

Le dossier est limité à une vingtaine de planches.

## Évaluation

Sont évalués :

- l'aspect créatif du domaine présenté;
- la maîtrise des nouvelles technologies.

- **Deuxième situation** : épreuve orale, durée 20 minutes, coefficient 2,5.

Cette situation se déroule en fin de formation.

Le candidat présente un dossier portant sur les deux domaines du studio de création non encore présentés ainsi que des travaux relevant de l'expression plastique.

Le dossier est limité à une vingtaine de planches.

## Évaluation

Sont évalués :

- la qualité de la prestation orale du candidat liée à la présentation du dossier;
- l'aspect créatif des deux domaines présentés;
- la qualité de l'écriture personnelle dans le domaine de l'expression plastique;
- la capacité à organiser, articuler et contextualiser les éléments constitutifs du dossier.

Ces situations sont évaluées par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création, en expression plastique et en nouvelles technologies) et de professionnels.

- Épreuve orale
- Durée : 40 minutes
- coefficient : 6

## Objectifs

Le projet professionnel vise à apprécier l'aptitude du candidat à :

- analyser une situation réelle ou vraisemblable, observée en stage ou non, sous l'angle de la communication;
- placer cette situation de communication dans son contexte;
- mettre en oeuvre les démarches et les outils spécifiques nécessaires à la concrétisation du projet;
- soutenir oralement une démarche complète dans le domaine de la communication visuelle.

Cette épreuve a pour but d'articuler les différents aspects professionnels du projet.

## Modalités

L'évaluation comporte une situation d'évaluation.

Le projet se situe dans l'un des 3 domaines de la communication visuelle (graphisme, édition, publicité) et peut inclure les 2 autres. Il peut soit répercuter un thème réel traité ou observé en stage, soit être issu d'une commande ou d'un dialogue entre l'étudiant et les enseignants. Un temps déterminé par le formateur et l'étudiant sera consacré à la conduite de ce projet.

La situation d'évaluation prend appui sur un cas concret de communication présenté sous forme d'un dossier complet composé de documents visuels et rédactionnels.

Le candidat justifie et valorise son projet au plan conceptuel et visuel.

Les aspects techniques, stratégiques, économiques et législatifs sont traités et rassemblés dans un document accompagnant le développement créatif. Les questions relatives à ces études sont posées par les membres du jury. Le candidat doit pouvoir répondre, dans ces disciplines, à des questions annexes se rapportant aux programmes. Le travail doit être mené dans une optique professionnelle.

## Évaluation

Cette situation est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création, en technologie de la communication, en économie-gestion) et de professionnels.

Sont évalués les différents aspects du projet :

- créatif
- stratégique et relevant de la communication
- technique
- économique et législatif

Il est tenu compte de la qualité de la soutenance.

Devront être joints au dossier les documents concernant le stage en milieu professionnel (ou l'activité professionnelle):

- certificat d'attestation de présence;
- tableau récapitulatif des activités conduites;
- document de synthèse.