

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

1.16	Idée directrice	La maison d'édition regroupe différentes fonctions communicationnelles provenant de sa rédaction, du marché lecteurs et annonceurs dans le but de générer un avantage-client. Les employés de commerce acquièrent les connaissances nécessaires pour utiliser efficacement la dynamique de ces interactions tout en tenant compte de leurs interdépendances.
------	-----------------	--

1.16.1	Objectif général	Les employés de commerce connaissent les fonctions d'une maison d'édition et tiennent compte des recoupements entre rédaction, marketing et production.
--------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compé- tence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.1.1 Décrire l'organi- gramme et les tâches de l'éditeur	Sur la base de l'organigramme de mon entreprise formatrice, je décris correctement les compétences. En fonction de mes observations dans l'entreprise, je décris avec mes mots les principales tâches de l'éditeur	Etudier l'organigramme, l'image directrice et le rapport annuel de l'entreprise formatrice	<ul style="list-style-type: none"> - Décrit correctement les compétences sur la base de l'organigramme de l'entreprise - Décrit les principales tâches de l'éditeur - Décrit avec son propre vocabulaire. 		Aptitude au transfert	Traitement des informa- tions	K2
1.16.1.2 Fonctions au sein d'une maison d'édition	De manière compréhensible pour un profane, j'explique à l'aide de mots-clés les diverses fonctions dans une maison d'édition et les tâches qu'elles impliquent	Quelles sont les personnes impliquées par la production d'un média ?	<ul style="list-style-type: none"> - Explique les diverses fonctions au sein d'une maison d'édition - Présente par mots-clés les tâches qu'elles impliquent - Compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communi- cation	Réflexion pluridisci- plinaire	K2
1.16.1.3 Analyser les inter- dépendan- ces	A l'aide d'un graphique que j'ai réalisé, j'analyse de manière compréhensible pour un collaborateur de l'entreprise les interdépendances entre différents départements	Rédaction Marché lecteurs Marché annonceurs Administration Production	<ul style="list-style-type: none"> - Décrit les interdépendances - Réalise un graphique - Décrit de manière compréhensible pour un collaborateur de l'entreprise 		Aptitude au transfert	Technique de présenta- tion Réflexion pluridisci- plinaire	K2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

1.16.2	Objectif général	Les employés de commerce d'une entreprise de médias connaissent le soin particulier à apporter dans le traitement des informations dans les mass-médias.					
Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compé- tence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.2.1 Décrire la typologie de la presse	J'indique un critère distinctif pour chacune des notions <i>presse quotidienne, régionale hebdomadaire et presse dominicale, presse grand public, presse financière et professionnelle</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère chaque fois un critère distinctif - Ces critères sont importants - Ces critères servent à distinguer 		Aptitude à l'apprentis- sage Aptitude au transfert	Réflexion pluridisci- plinaire	K4
1.16.2.2 Principales activités d'une rédaction	Les journalistes « flairent » l'information ou la reçoivent. Je décris 3 techniques de travail utilisées par les journalistes professionnels pour choisir leurs informations		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit 3 techniques de travail - Ces techniques répondent aux critères du journalisme professionnel - Ces techniques sont appropriées pour choisir les informations 		Aptitude à l'apprentis- sage Aptitude à la communi- cation	Traitement des informa- tions	K2
1.16.2.3 Présenta- tion en fonction du média	Les journalistes présentent les informations en fonction de leur média. Avec mon vocabulaire, je décris 3 formes de présentation de faits et opinions et donne un exemple tiré de mon activité quotidienne		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère 3 formes de présentation - Avec son propre vocabulaire - Donne quelques exemples 		Aptitude à la communi- cation Aptitude au transfert	Approche analytique et planifiée	K3
1.16.2.4 Déclaration des devoirs et droits des journa- listes	Je connais couramment 5 des 11 devoirs déontologiques des journalistes et je sais les communiquer de manière compréhensible à un profane		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît 5 devoirs - Les cite avec son propre vocabulaire - Compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communi- cation	Traitement des informa- tions	K2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compé- tence sociale	Compéten- ces méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.2.5 Sources d'informa- tions internes et externes	Je décris de manière compréhensible les relations de la rédaction avec des fournisseurs externes de textes et d'images (agences, collaborateurs libres, autres sources) En outre, je cite 3 fournisseurs de textes et/ou d'images et explique leur nécessité	Les agences et les journalistes libres sont des collaborateurs externes, mais pas les propres correspondants à l'étranger d'un titre	<ul style="list-style-type: none"> - Cite nommément 3 fournisseurs externes de textes et/ou d'images - Décrit de manière pertinente les relations entre rédaction et fournisseurs externes de textes et d'images - Explique leur nécessité 		Aptitude à la communi- cation	Réflexion pluridisci- plinaire	K2
1.16.2.6 Tâches exter- nalisées	Sur la base d'un exemple, je discute avec un collaborateur de l'édition des avantages et des risques de l'externalisation des tâches rédactionnelles. A cet effet, j'éclaire de manière fondée les directives de l'éditeur, la charte rédactionnelle et les effets sur la formation de l'opinion, resp. sur l'information du public		<ul style="list-style-type: none"> - Discute les avantages et les risques en fonction d'un exemple qu'il a choisi - Cite un exemple de tâche rédactionnelle externalisée - Illustre de manière fondée les directives de l'éditeur et la charte rédactionnelle - Montre les effets sur la formation de l'opinion resp. sur l'information du public 		Aptitude à la communi- cation Aptitude au transfert	Fixer les buts et les priorités Traitement des infor- mations	K5

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

1.16.3.	Idée directrice	Les employés de commerce connaissent la dynamique du marché annonceurs et utilisateurs et acquièrent les connaissances requises.					
Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compé- tence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.3.1 Auto-régie, régie exclusive ou partielle	De manière compréhensible pour un profane, j'explique à l'aide d'un exemple choisi, les avantages et les inconvénients de l'auto-régie, de la régie exclusive et partielle		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les avantages et les inconvénients de l'auto-régie, de la régie exclusive ou partielle - Choisit un exemple approprié - Explique de manière compréhensible pour un profane 		Aptitude à l'apprentis- sage	Réflexion pluridisci- plinaire	K2
1.16.3.2 Sortes d'annonces et empla- cement	A l'aide d'exemples que l'on me donne, je sais classer de manière compréhensible pour un collaborateur de la maison d'édition les différentes sortes d'annonces et sais indiquer une caractéristique		<ul style="list-style-type: none"> - Cite par cœur 3 sortes d'annonces - Les classe correctement - Indique une caractéristique importante des annonces 		Aptitude à l'apprentis- sage	Traitement des informa- tions	K3
1.16.3.3 Calcul du prix des annonces	Je connais les bases du calcul de prix des annonces. Je sais calculer le prix d'une an- nonce selon un modèle fourni en distinguant les différents rabais et commissions		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît les bases du calcul de prix des annonces - Justifie les rabais et les commissions - Calcule correctement le prix sur la base d'un modèle 		Aptitude à l'apprentis- sage Aptitude au transfert	Approche analytique et planifiée	K3
1.16.3.4 Service interne	Au moyen d'une esquisse, je présente de manière claire à un collaborateur de l'édition le flux du travail pour une annonce/spot, de la demande initiale jusqu'au contrôle des débiteurs		<ul style="list-style-type: none"> - Présente les étapes du flux de travail au moyen d'une esquisse - Les étapes sont exhaustives - Le flux est compréhensible pour les collaborateurs de l'entreprise d'édition 		Aptitude à l'apprentis- sage	Technique de présenta- tion	K2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compétenc e sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.3.5 Canaux de distribution	Je sais énumérer les principaux canaux de distribution des journaux et des périodiques ; j'en choisis trois et décris leurs avantages au moyen de mots-clés		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les principaux canaux de distribution - Enumère les avantages de trois canaux de distribution - Emploie des mots-clés. 		Aptitude à l'apprentissage	Réflexion pluridisciplinaire	K2
1.16.3.6 Tâches de la diffusion	Je décris de manière complète, avec mon propre vocabulaire, les tâches principales de la diffusion, de préférence celles de mon entreprise formatrice		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit les tâches principales - Avec son propre vocabulaire - De manière complète 		Aptitude à la communication Aptitude au transfert	Réflexion pluridisciplinaire	K1
1.16.3.7 Vente au numéro et par abonnement	Je décris à un profane les caractéristiques de la vente au numéro et par abonnement et explique, du point de vue de la maison d'édition, trois avantages et inconvénients de chacune d'elles		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit les caractéristiques de la vente au numéro - Décrit les caractéristiques de l'abonnement - Explique de manière compréhensible pour un profane les avantages et inconvénients du point de vue de la maison d'édition 		Aptitude à la communication Aptitude au transfert	Approche analytique et planifiée Réflexion pluridisciplinaire	K 2
1.16.3.8 Acquisition et relations clients	Sur la base d'exemples choisis dans ma maison d'édition, je décris de manière compréhensible les méthodes d'acquisition et les instruments de relations-clients sur les marchés annonceurs et utilisateurs		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les instruments et les méthodes d'acquisition de clients - Enumère les instruments et les méthodes de relations-clients - Les énumère de manière compréhensible, sur la base d'exemples choisis 		Aptitude à la communication Aptitude au transfert	Approche analytique et planifiée	K 2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compétenc e sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.16.3.9. Forces et faiblesses d'un produit d'édition	Par rapport à la concurrence, je cite deux forces et deux faiblesses d'un produit d'édition de mon entreprise formatrice et, par rapport à la concurrence, indique pourquoi il s'agit d'une force ou d'une faiblesse		<ul style="list-style-type: none"> - Cite deux forces - Cite deux faiblesses - Explique les forces et les faiblesses par rapport à la concurrence 		<p>Aptitude à la communication</p> <p>Aptitude au transfert</p>	Traitement des informations	K2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

1.16.4	Objectif général	Tous les acteurs du marché s'adaptent aux nouvelles possibilités de l'information pluri-médias. Outre des offres attrayantes, ils mettent également en œuvre le cross-médias.					
Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compétenc e sociale	Compéten- ces métho- dologiques	Taxo- nomie
1.16.4.1 Convergence des médias	Avec mon propre vocabulaire, j'explique de manière compréhensible pour un profane ce qu'il faut comprendre par convergence des médias		<ul style="list-style-type: none"> - Explique la notion e-paper - Donne deux exemples de convergence de médias - Explique les rapports entre les contenus numériques, Internet et la convergence. 		Aptitude à l'apprentis- sage	Approche analytique et planifiée Réflexion pluridisciplinaire	K2
1.16.4.2 Informations sur Internet	Sur la base de deux exemples à comparer de mon choix, j'explique à un profane les possibilités d'utilisation, les avantages et inconvénients des informations payantes par rapport aux informations gratuites sur Internet		<ul style="list-style-type: none"> - Explique les possibilités de mise en œuvre d'informations gratuites - Explique les avantages et les inconvénients de l'offre d'informations payantes - De manière compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communi- cation	Approche analytique et planifiée	K2
1.16.4.3 Le vecteur publicitaire Internet	J'explique de manière compréhensible pour un profane les particularités et les possibilités offertes par Internet en tant que vecteur publicitaire		<ul style="list-style-type: none"> - Indique les différences entre un journal et une page web - Indique les différences entre un site de rubriques (plateforme) et un site général (plateforme) - Indique au moins deux sites nationaux et deux sites régionaux qui diffusent de la publicité 		Aptitude au transfert	Réflexion pluridisciplinaire	K2

Guide méthodique-type communication
Orientation édition de médias / Profil B (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'as sur e	Compétenc e sociale	Compéten- ces métho- dologiques	Taxo- nomie
1.16.4.4. Formats publicitaires sur Internet	Sur la base de deux exemples de mon choix, j'explique les possibilités d'utilisation de banniers et autres formats publicitaires sur Internet		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère 3 formats publicitaires sur Internet - Décrit les possibilités d'utilisation - Décrit lui-même à l'aide de deux exemples de son choix 		Aptitude à la commu- nication	Traitement des informa- tions	K2
1.16.4.5 Utilisation pratique d'Internet dans une entreprise d'édition	Sur la base de 3 exemples de mon choix je décris, de manière compréhensible pour un autre apprenti, l'utilisation pratique d'Internet dans l'entreprise d'édition. Les exemples sont pertinents pour les tâches d'édition		<ul style="list-style-type: none"> - Choisit 3 exemples d'utilisation pratique - Décrit l'utilisation d'Internet de manière compréhensible pour un autre apprenti - Les exemples sont pertinents pour les tâches d'édition 		Aptitude à la commu- nication Aptitude au transfert	Approche analytique et planifiée Réflexion pluridisci- plinaire	K2
1.16.4.6 Mix-médias et cross- médias	J'explique l'influence de la convergence des médias sur la publicité, en ce sens que je mets en avant les différences entre mix-médias et cross-médias		<ul style="list-style-type: none"> - Explique la différence entre mix-médias et cross-médias - Cite une solution cross-médias - Cite une solution mix-médias 		Aptitude à l'appren- tissage	Traite-ment des informa- tions	K3