

CURRICULUM AND ASSESSMENT: THE FEDE GUIDELINE
RÉFÉRENTIELS DES DIPLÔMES FEDE



Federation for **ED**ucation in **EU**rope
 Fédération Européenne Des Ecoles

Foundation
 Degree

Assistant(e)
 Communication

www.fede.education
 version 0220



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie
 Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364



La Fédération Européenne Des Écoles - Federation for EDucation in Europe - FEDE

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en Suisse en 1963, dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe et du statut consultatif auprès de la Francophonie.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.s

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles en français et en anglais, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 200 000 personnes.

SOMMAIRE

PRESENTATION	6
Contexte	6
Objectifs et compétences	6
Perspectives d'emploi	6
VAE – Validation des Acquis de l'Expérience	6
UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS	7
ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE	8
UC D11.1	10
Les fondamentaux de l'entreprise et de la communication numérique	10
A. Formation	10
B. Evaluation	12
C. Coefficient et crédits ECTS	12
UC D11.2	13
Etudes et outils appliqués à la communication d'entreprise	13
A. Formation	13
B. Evaluation	15
C. Coefficient et crédits ECTS	15
UC D21.1	16
L'entreprise et la communication numérique	16
A. Formation	16
B. Evaluation	17
C. Coefficient et crédits ECTS	17
UC D21.2	18
Prospection, négociation et démarche stratégique de la communication commerciale	18
A. Formation	18
B. Evaluation	19
C. Coefficient et crédits ECTS	19
UC D22	20
Epreuve Professionnelle de Soutenance	20
A. Objectifs	20
B. Stage ou Projet tutoré	20
C. Évaluation	20
D. Coefficient et crédits ECTS	24
UC B11	26
Langue Vivante Européenne 1	26
A. Objectif	26
B. Formation	26
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	26
D. Evaluation	26
E. Coefficient et crédits ECTS	27

UC B21	28
Langue Vivante Européenne 1	28
A. Objectif	28
B. Formation	28
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	28
D. Evaluation	28
E. Coefficient et crédits ECTS	30
UC A2	32
Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	32
A. Objectifs	32
B. Formation	32
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	34
D. Évaluation	34
E. Coefficient et crédits ECTS	34

LEXIQUE

UC : Unité Capitalisable

UE : Unité d'Enseignement

ECTS : Le terme ECTS signifie *European Credits Transfer System* en anglais, soit système européen de transfert et d'accumulation de crédits

CECRL : Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

LV : Langue Vivante

PRESENTATION

Contexte

Le Foundation Degree Assistant(e) Communication offre aux étudiants une formation complète en communication, leur permettant d'acquérir les bases fondamentales à l'exercice de leur futur métier ainsi qu'une spécialisation axée sur l'approche commerciale. Ce diplôme met également l'accent sur le rôle joué, dans la société actuelle, par les nouvelles technologies.

La formation propose une approche à la fois théorique et concrète de la communication ainsi qu'une mise en situation professionnelle obligatoire afin de permettre aux étudiants de mettre en application les savoirs transmis dans les UC et ainsi, de se préparer à leur entrée dans la vie professionnelle.

Le Foundation Degree Assistant(e) Communication permet aux étudiants d'acquérir les savoirs et savoir-faire indispensables à l'intégration de la formation préparant au Bachelor Communication.

Objectifs et compétences

- Découvrir la communication d'entreprise et les notions de base essentielles la concernant
- Aborder les études et outils quantitatifs nécessaires au traitement des informations recueillies
- Acquérir ou approfondir les notions de base des différentes études quantitatives et qualitatives appliquées à la communication commerciale
- Connaître les différents domaines des études de communication commerciale et appréhender la logique de la démarche stratégique de la communication commerciale des entreprises
- Appréhender le fonctionnement des entreprises et des organisations, notamment numériques
- Appréhender l'environnement spécifique lié à une communication numérique ainsi que le langage propre au web et les techniques de recherche de l'information
- Appréhender la technologie de la communication numérique et l'utilisation des outils multimédia et de programmation

Perspectives d'emploi

Détenir un Foundation Degree de la FEDE, c'est bénéficier de nouvelles opportunités et d'un réseau professionnel international. Le Foundation Degree Assistant(e) Communication prépare les futurs professionnels des écoles FEDE aux fonctions d'Assistant(e) de communication et de Chargé(e) de communication au sein de moyennes ou de grandes organisations.

VAE – Validation des Acquis de l'Expérience

La Validation des Acquis de l'Expérience est une démarche volontaire pour toute personne souhaitant obtenir une certification en validant son expérience sans nécessairement suivre une formation. Une seule condition : avoir au moins 1 an d'expérience en lien direct avec la certification choisie.

Le Foundation Degree Assistant(e) Communication est accessible par la VAE.

La VAE demandant une réflexion et un travail personnel important, il est essentiel de bien constituer le dossier qui démontrera l'expérience et les compétences du demandeur. La FEDE propose un accompagnement personnalisé.

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

	Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
Épreuves obligatoires Première année	UE D UC D11.1	Les fondamentaux de l'entreprise et de la communication numérique Etudes et outils appliqués à la communication d'entreprise Stage ou projet tutoré	120 à 150 h
	UC D11.2		100 à 120 h
	UE B UC B11*	Langue vivante européenne 1 (Ecrit) <i>Utilisateur élémentaire</i>	80 à 100 h
	UE A UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	40 à 60 h
Épreuves obligatoires Deuxième année	UE D UC D21.1	L'entreprise et la communication numérique Prospection, négociation et démarche stratégique de la communication commerciale Stage ou projet tutoré	100 à 120 h
	UC D21.2		100 à 120 h
	UC D22	8 à 12 semaines	
	UE B UC B21*	Langue vivante européenne 1 (Oral) <i>Utilisateur élémentaire</i>	80 à 100 h
Épreuves facultatives	UC B12*	Langue vivante 2 (Ecrit) <i>Utilisateur élémentaire</i>	
	UC B22*	Langue vivante 2 (Oral) <i>Utilisateur élémentaire</i>	

* Le référentiel d'examens est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B11 et B21) ou langue vivante 2 (UC B12 et B22).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- Langue vivante 1 : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- Langues vivantes 2 : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE

	Fondation Degree Assistant(e) Communication				Temps plein, temps partiel, alternance		Formation tout au long de la vie	
	Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée	Forme ponctuelle	Durée
1 ^{ère} année – Épreuves obligatoires	D11.1 Les fondamentaux de l'entreprise et de la communication numérique	D11.1	24	8	QCM	1h30	QCM	1h30
	D11.2 Etudes et outils appliqués à la communication d'entreprise	D11.2	24	8	Étude de cas	3h	Étude de cas	3h
	B11 Langue vivante européenne	B11	6	2	Écrit	1h	Écrit	1h
	A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	6	2	QCM en ligne	40min	QCM en ligne	40min
	Total		60	20				
2 ^{ème} année – Épreuves obligatoires	D21.1 L'entreprise et la communication numérique	D21.1	19	6	QCM	1h30	QCM	1h30
	D21.2 Prospection, négociation et démarche stratégique de la communication commerciale	D21.2	19	6	Étude de cas	4h	Étude de cas	4h
	D22 Épreuve professionnelle de soutenance	D22	16	6	Oral	30min	Oral	30min
	B21 Langue vivante européenne	B21	6	2	Oral	45min	Oral	45min
	Total		60	20				
Facultatifs	B12* Langue vivante 2	B12	6		Écrit	1h	Écrit	1h
	B22* Langue vivante 2	B22	6		Oral	45min	Oral	45min

*Pour les épreuves facultatives, les points au-dessus de 10/20, multipliés par 2, s'ajoutent au total des points.

Assistant(e)
Communication

UE D | Expertise
Professionnelle

UC D11.1

Les fondamentaux de l'entreprise et de la communication numérique

A. Formation

L'unité capitalisable **D11.1** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Les fondamentaux de l'entreprise et de la communication numérique** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 120 à 150 heures.

Objectifs de l'Unité Capitalisable

- Appréhender le fonctionnement des entreprises et des organisations, notamment numériques, à travers leur environnement, leurs structures, leurs principales fonctions, leurs modèles de décision et leurs évolutions ;
- Appréhender le fonctionnement des entreprises et des organisations à travers leurs différentes activités, commerciale, productive, logistique et approvisionnement, financière, ressources humaines, numérique, autour du champ notionnel et de thèmes d'études obligatoires ;
- Connaître les obligations légales liées à internet. Appréhender la fonction juridique et les acteurs de la vie économique, le principe d'engagement contractuel, les responsabilités encourues et spécificités des contrats sur supports de commerce électronique ;
- Connaître et savoir analyser les mécanismes juridiques des relations du travail (individuelles et collectives) ;
- Appréhender l'environnement spécifique lié à une communication numérique ainsi que le langage propre au web et les techniques de recherche de l'information. S'initier aux éléments de base de construction d'un site ;
- Appréhender la technologie de la communication numérique et l'utilisation des outils multimédia.

Contenu	Capacités attendues
Cadre organisationnel et numérique des organisations (40 à 50 h)	
1. Environnement, structures, principales fonctions, modèles de décision et évolutions des organisations <ul style="list-style-type: none"> • Les diverses conceptions de l'entreprise : structure productive, groupement humain, culture, éthique, entreprise citoyenne... • Les critères de classification et diversité des entreprises, insertion dans le système productif : filiales, groupes, filières... • Décision et pouvoir, prise de décision, rôle de l'information comme outil d'aide à la décision, leadership et conflits • Notion de complexité appliquée à l'économie numérique (contexte européen et mondial) • Les principaux biens et services vendus par internet (B2C) • Les services en ligne proposés par les entreprises 	<i>Maîtriser le vocabulaire économique spécifique à l'entreprise</i> <i>Appréhender l'environnement de l'entreprise et son évolution en particulier numérique</i> <i>Identifier les caractéristiques, la structure et les fonctions d'une entreprise ainsi que les missions des différents services la composant</i> <i>Identifier la relation décision - pouvoir, l'exercice du pouvoir et la prise de décision stratégique, la motivation au travail, la résistance au changement</i> <i>Maîtriser le vocabulaire spécifique d'internet et acquérir une culture internet applicable en entreprise</i>
2. Activités commerciale, productive, logistique, financière, ressources humaines et numérique des organisations <ul style="list-style-type: none"> • Les différentes activités de l'organisation et leurs évolutions 	<i>Au niveau commercial, identifier les acteurs du marché, les étapes du processus décisionnel et les objectifs et moyens mis en œuvre</i> <i>Au niveau de l'activité productive, comprendre les différents systèmes de production et leurs évolutions, ainsi que l'enjeu de l'innovation et de la qualité</i>

<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes structures d'entreprise : en particulier la structure par projet • Les processus transversaux de l'entreprise (PGI), gestion informatisée de la relation partenaire (entreprise, client, fournisseur, administration), échanges de données informatiques (EDI, extranet...) • Les impératifs de la qualité pour les entreprises européennes 	<p><i>Au niveau logistique et approvisionnement, mettre en évidence la problématique de l'approvisionnement (flux tendus, JAT...), de sa gestion informatisée et de la e-logistique</i></p> <p><i>Au niveau des ressources humaines, identifier les enjeux de la gestion des ressources humaines (recrutement, formation, promotion, animation, dialogue social)</i></p>
<p>Cadre juridique général et numérique (40 à 50 h)</p>	
<p>1. La fonction juridique et les acteurs de la vie économique, le principe d'engagement contractuel, les responsabilités encourues et les spécificités des contrats sur supports de commerce électronique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notion de droit, de libertés publiques, d'ordre public • Cadre juridique de l'activité économique : cadre institutionnel, organisation judiciaire et fonctionnement des pouvoirs publics • Les sources de droit • Actes et faits juridiques • Contrat : accord de volonté, source d'obligations, force obligatoire, formation, exécution, cessation • Les règles juridiques de base : CNIL, propriété intellectuelle, mentions légales, loi LCEN, RGPD • Classification des contrats, clauses contractuelles et organisation de l'échange • Responsabilité civile contractuelle et délictuelle • Droit de la consommation : lois protectrices, clauses abusives, achat à crédit, surendettement • Cybercommerçant et cyberconsommateur : spécificité des contrats (processus de contractualisation, droit de rétractation pour le cyberconsommateur et encadrement de la reconduction du contrat) • Spécificités d'un contrat informatique • Droit de la preuve : cryptologie • Nouveautés e-commerce • Cadre spécifique de la signature électronique (loi du 13 mars 2000 et directive européenne du 13 décembre 1999) <p>2. Connaître et savoir analyser les mécanismes juridiques des relations du travail individuelles et collectives</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sources internes et internationales du droit du travail, contrat de travail (formation, exécution, rupture) • Inspection du travail et jurisprudence • Différentes formes de licenciement et leurs conséquences 	<p><i>Appliquer la réglementation spécifique à internet, à partir d'une approche méthodologique, concernant le langage de documentation juridique</i></p> <p><i>Analyser et poser un problème de droit, construire une argumentation juridique et opter pour la juridiction compétente</i></p> <p><i>Distinguer entre acte et fait juridique en tant que source d'obligations</i></p> <p><i>Identifier le mode de preuve</i></p> <p><i>Conclure, rompre un contrat</i></p> <p><i>Vérifier la validité de la licéité d'un contrat</i></p> <p><i>Engager une action en responsabilité sur un fondement juridique approprié aux faits</i></p> <p><i>S'approprier les différentes normes juridiques applicables en droit du travail</i></p> <p><i>Exploiter les supports de ces normes (Code du travail, données internet...)</i></p> <p><i>Comprendre les textes et les décisions de justice en rapport avec les conflits du travail</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Représentation collective des salariés (syndicats et institutions représentatives), négociation collective, conflits collectifs et résolution de ceux-ci 	<p><i>Comprendre les relations entre les représentants du personnel et la direction</i></p>
<p>Les fondamentaux de l'économie numérique (40 à 50 h)</p>	
<p>1. Découvrir la communication 2.0 et l'environnement numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les différents intervenants de l'économie numérique • L'entreprise 2.0 • Supports numériques et dématérialisation • L'internaute : profils, usages sur internet... • Lexique de la communication et d'internet • Le marché de la communication on-line • Techniques de recherche de l'information • Méthodologie de travail sur internet <p>2. Utiliser les outils numériques et comprendre les bases de la construction d'un site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-communication : les nouveaux métiers de la chaîne de communication numérique • Ergonomie Web • Les différents CMS (logiciels de gestion de contenu) • Les fonctionnalités de Wordpress et Prestashop • Création et intégration multimédia sur Photoshop • Méthodologie de projet 2.0 	<p><i>Distinguer les acteurs et les grandes tendances actuelles de l'économie numérique (opportunités et menaces)</i></p> <p><i>Savoir choisir et utiliser le langage propre à la communication numérique et au support</i> <i>Savoir rédiger et gérer une newsletter, un contenu d'emailing</i></p> <p><i>Recueillir l'information à partir des moteurs et métamoteurs de recherche et des techniques de veille sur internet</i></p> <p><i>Anticiper les évolutions du secteur numérique</i></p> <p><i>Connaître les éléments de base de la structure et de la construction d'un site internet pour être en mesure d'échanger avec les développeurs</i></p> <p><i>Connaître les éléments de base du web design pour échanger avec les graphistes et infographistes</i></p> <p><i>Acquérir de bonnes pratiques de gestion de projet Web</i></p>

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 90 minutes

Nombre de questions : 60 questions

Nombre de propositions : 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

Total de points : 180

Barème :

- Réponse correcte : +3 points
- Réponse erronée : 0 point
- Absence de réponse : 0 point

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 8 et permet de capitaliser 24 crédits ECTS.

UC D11.2

Etudes et outils appliqués à la communication d'entreprise

A. Formation

L'unité capitalisable **D11.2** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Etudes et outils appliqués à la communication d'entreprise** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation. Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 100 à 120 heures.

Objectifs de l'Unité Capitalisable

- Découvrir la communication d'entreprise et les notions de base essentielles la concernant.
- Aborder les études et outils quantitatifs nécessaires au traitement des informations recueillies.
- Acquérir ou approfondir les notions de base des différentes études quantitatives et qualitatives appliquées à la communication commerciale.

Contenu	Capacités attendues
Etudes et outils quantitatifs appliqués à la communication des entreprises (50 à 60 heures)	
L'étudiant doit être capable de : <ul style="list-style-type: none"> - situer la communication d'entreprise dans le temps - savoir rechercher et traiter les informations nécessaires à une action de communication sous contraintes imparties de coût, temps et qualité - maîtriser les différents types d'études en mesurant leurs intérêts et limites en matière de communication - choisir la méthode de collecte de l'information la plus appropriée - maîtriser et comprendre l'importance des outils qualitatifs permettant la prise de décision en matière de communication - respecter un budget de communication alloué et d'en assurer son suivi 	
Histoire de la communication d'entreprise	
<ul style="list-style-type: none"> • Les grandes étapes de la communication d'entreprise • La communication commerciale et non commerciale • La communication non commerciale (interne et externe) 	
Les études appliquées à la communication commerciale	
<ul style="list-style-type: none"> • Identification du besoin d'informations • Recherche des différentes formes d'informations et finalités • Différents types d'études : objet et finalités des études documentaires, qualitatives, quantitatives • Sources de l'information • Collecte de l'information (banque de données, entretiens, questionnaires, vidéo-observations...) • Notion d'échantillon, méthodes probabilistes et empiriques de l'échantillonnage • Objectifs de l'étude et cahier des charges 	
Les outils quantitatifs appliqués à la communication commerciale	
<ul style="list-style-type: none"> • Outils statistiques et probabilistes • Outils commerciaux (pourcentage, indices, réduction, majoration, TVA, devis, bons de commande, facture...) • Outils quantitatifs de gestion (notions comptables de base, marge commerciale, valeur ajoutée, coûts complets, variables, seuil de rentabilité) • Budget communication et suivi • Outils informatiques appliqués (maîtrise des logiciels les plus courants) 	
Communication écrite et orale	
<ul style="list-style-type: none"> • Communication écrite : note, compte-rendu, livret, affichage, flash info, annuaire organigramme... 	

- Communication électronique externe et interne à l'entreprise
- Maîtrise des outils de communication électronique (PowerPoint)
- Communication orale
 - Ecoute active
 - Communication de face à face
 - Communication de groupe
 - Prise de parole en public
 - Conduite de réunions

La communication événementielle

- Organisation de congrès, séminaires
- Autres manifestations

Etudes appliquées à la communication commerciale des entreprises (50 à 60 heures)

L'étudiant doit être capable de :

- identifier les sources documentaires et choisir les informations pertinentes
- présenter les résultats à l'aide d'outils informatiques, mathématiques et statistiques appropriés
- préparer, administrer et effectuer le dépouillement de questionnaires d'études à l'aide d'un logiciel informatique professionnel
- choisir une étude qualitative, la préparer et la réaliser
- interpréter les résultats d'une étude en mesurant les motivations, les freins et les attitudes des sujets observés

Conception des différentes études appliquées à la communication commerciale des entreprises

- Conception d'une étude documentaire
 - Identification des sources documentaires
 - Utilisation d'un matériel informatique approprié
 - Méthodologie d'une étude documentaire
 - Présentation synthétique des résultats
- Conception et exploitation d'une étude quantitative
 - Définition des domaines d'application et limites d'une étude quantitative
 - Modes de collecte de l'information
 - Elaboration et administration d'un questionnaire
 - Traitement des informations recueillies
 - Utilisation de logiciels informatiques professionnels (Sphinx, Ethnos...)
 - Présentation et interprétation des résultats
- Conception et exploitation d'une étude qualitative
 - Définition, domaines d'application et limites d'une étude qualitative
 - Modes de collecte de l'information (entretiens, tests...)
 - Traitement des informations recueillies et méthodes d'analyse
 - Motivations, freins et attitudes des différents publics observés
 - Analyse, interprétation et présentation des résultats

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Étude de cas

Durée : 3 heures

Barème : 180 points

À partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, le candidat doit analyser des situations et résoudre des problèmes liés à la spécialité choisie.

Cette épreuve mobilisera également des savoirs et savoir-faire acquis tout au long de la formation dans la spécialité choisie.

Au-delà du simple contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse du candidat, le réalisme et la cohérence de ses propositions.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 8 et permet de capitaliser 24 crédits ECTS.

UC D21.1

L'entreprise et la communication numérique

A. Formation

L'unité capitalisable **D21.1** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **L'entreprise et la communication numérique** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation. Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 100 à 120 heures.

Objectifs de l'Unité Capitalisable

- Maîtriser les concepts de base liés à l'analyse stratégique (en particulier la stratégie multimédia) ;
- Réaliser un diagnostic stratégique ;
- Choisir le meilleur media pour l'entreprise ;
- Proposer des choix stratégiques et des canaux de communication pertinents ;
- Maîtriser les outils, les langages de création d'un site et sa mise en ligne ;
- Créer et mettre en ligne un site web simple.

Contenu	Capacités attendues
Stratégies d'entreprise et commerce électronique (50 à 60 heures)	
<p>1. Diagnostic et stratégies d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objectifs et finalités de la stratégie d'entreprise : démarche stratégique • Diagnostic stratégique (interne et externe) • Mise en œuvre des choix stratégiques : orientation et options stratégiques, éléments de planification • Limites de la stratégie d'entreprise • PME et démarche stratégique au niveau européen <p>2. Sites et commerce électronique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et savoir analyser les mécanismes juridiques du commerce électronique • Comprendre et savoir analyser les outils et anticiper les risques associés • Contraintes juridiques et légales sur le web (identité numérique et vie privée, circulation de l'information et neutralité du réseau, propriété intellectuelle...) • Cadre juridique du commerce électronique (B2B, B2C) et de la création d'un site en ligne • Processus de contractualisation : le contrat électronique • Droit de rétractation du client dans le cadre des contrats à distance • Reconduction du contrat • Sécurisation des transactions et paiement en ligne • Responsabilité du cybercommerçant 	<p><i>Utiliser les concepts de base liés à l'analyse stratégique (en particulier la stratégie multimédia)</i></p> <p><i>Réaliser un diagnostic stratégique et maîtriser les outils classiques notamment (modèle PESTEL, Forces de Porter, matrice BCG)</i></p> <p><i>Faire des propositions de choix stratégiques corporate et business Unit à partir d'une démarche structurée</i></p> <p><i>Choisir le meilleur média pour la communication de l'entreprise au regard de son positionnement stratégique</i></p> <p><i>Comprendre les risques encourus par le cyberconsommateur</i></p>
Développement d'un site internet marchand et de contenus (50 à 60 heures)	
<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer la maîtrise d'internet afin d'en faire un véritable outil d'aide à la décision 	<p><i>Mener une veille technologique à partir d'outils informatiques maîtrisés</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Se perfectionner aux principaux sites et outils électroniques, ainsi qu'à la veille technologique sur internet • Principales définitions : veille concurrentielle, commerciale, sociétale, etc. • L'espionnage économique • L'intelligence économique • La veille juridique et réglementaire : les outils et sources officielles nationales • Logiciels de veille informationnelle <p>Création de site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structure et construction d'un site internet (contenu, arborescence, ergonomie) • Initiation : base de données (SQL / MySQL), e-commerce, vidéo • Mise en ligne d'un site (nom de domaine, hébergement, échange informatique de fichiers : FTP) <p>Zoom sur l'univers du multimédia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et savoir analyser les principaux aspects du droit du multimédia et des productions numériques • Maîtriser les notions de : <ul style="list-style-type: none"> - droit d'auteur - droit des marques - tatouage électronique 	<p><i>Identifier les textes juridiques applicables à la veille</i></p> <p><i>Conception du cahier des charges de création d'un site</i></p> <p><i>Création d'un site web</i></p> <p><i>Mettre en œuvre les mesures nécessaires pour être en conformité avec la loi (collecte de données nominatives sur site internet)</i></p> <p><i>Acquérir et protéger des productions numériques pour exploitation multimédia</i></p>
---	---

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 90 minutes

Nombre de questions : 60 questions

Nombre de propositions : 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte

Total de points : 180

Barème :

- Réponse correcte : +3 points
- Réponse erronée : 0 point
- Absence de réponse : 0 point

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6 et permet de capitaliser 19 crédits ECTS.

UC D21.2

Prospection, négociation et démarche stratégique de la communication commerciale

A. Formation

L'unité capitalisable **D21.2** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Prospection, négociation et démarche stratégique de la communication commerciale** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 100 à 120 heures.

Objectifs de l'Unité Capitalisable

- Connaître les principales études de communication ainsi que la mesure de l'efficacité d'une action commerciale et savoir choisir la meilleure démarche de prospection et de négociation de la clientèle
- Connaître la démarche stratégique de la communication commerciale des entreprises et savoir établir une stratégie en fonction de la nature de l'entreprise, des publics visés, des annonceurs concernés dans le cadre réglementaire et déontologique de la profession

Contenu	Capacités attendues
Les différents domaines des études de communication commerciale (50 à 60 heures)	
<p><i>L'étudiant doit être capable de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparer, réaliser et analyser une étude de marché pour établir un diagnostic nécessaire à la prise de décision - Lire et d'interpréter les résultats des principales études d'audience des médias - Lire et d'interpréter les résultats d'un pré-test et d'un post-test - Choisir la bonne démarche de prospection et de négociation de clientèle - Convaincre et de conclure un contrat en sachant mesurer les résultats de l'action pour l'entreprise - Sélectionner les fournisseurs et d'assurer le suivi des contrats signés <p>Les différents domaines des études de communication commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'étude de marché <ul style="list-style-type: none"> - Définition, intérêt et limites des études de marché - Domaines concernés (attitudes et comportement des consommateurs, produit, prix, influenceurs...) - Outils spécifiques utilisés (études documentaires, relevés magasin, questionnaires, marchés tests, panels...) • L'étude d'audience des médias <ul style="list-style-type: none"> - Définition, intérêt et limites des études d'audience - Les organismes chargés de réaliser les études - Les outils mesurant l'audience et leurs principales caractéristiques (presse, radio, TV, affichage, cinéma, internet...) • La mesure de l'efficacité de ces différents domaines <ul style="list-style-type: none"> - Définition, méthodologie de mise en œuvre, intérêt et limites des pré-tests et post-tests - Mesure de l'efficacité d'une action de communication <p>Prospection et négociation dans le cadre d'une action de communication commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospection de la clientèle (recherche de prospects, choix des moyens de communication adaptés) • Mise en pratique et gestion de la prospection (contrat, argumentaire, guide d'entretien, suivi des prospects...) • Mise en pratique de la négociation (outils, phases principales et techniques de communication appropriés) • Conclure l'accord, chiffrer les coûts de prospection et de négociation, mesurer les résultats obtenus et assurer le suivi de l'action 	

- Négociation avec des fournisseurs et/ou prestataires de services : lancement de l'appel d'offre, tableaux comparatifs de choix de fournisseurs, sélection, signature du contrat et suivi

La démarche stratégique de la communication commerciale des entreprises (50 à 60 heures)

L'étudiant doit être capable de :

- Saisir la cohérence, ou non, entre les éléments constitutifs de l'image de l'entreprise et de sa communication globale
- Positionner efficacement la stratégie de communication
- Connaître et comprendre l'importance des annonces et des différents partenaires autour de la communication commerciale
- Saisir l'importance du cadre réglementaire et déontologique de la profession

Etablir une stratégie de communication : la démarche de communication commerciale des entreprises

- Informations utiles à recenser autour d'une action de communication globale
 - Image de l'entreprise en interne et en externe
 - Image et offre de l'entreprise (produit, service, prix, distribution)
 - Les acteurs autour de l'image (consommateurs, influenceurs, personnel...)
 - Intérêt d'une communication globale pour l'entreprise
- Définition d'une démarche stratégique de communication commerciale
 - Définition des différentes stratégies (générale, mercatique...)
 - Analyse de l'existant et définition des objectifs stratégiques à atteindre
 - Les différentes étapes de la démarche stratégique (cibles, messages...)
 - Les contraintes à toute démarche stratégique (ressources, délais...)

Etablir une stratégie de communication : le cadre de la communication commerciale des entreprises

- Nature des entreprises concernées par le projet de communication (statut juridique, secteur d'activité, publics visés, zone d'influence...)
- Les publics visés par le projet de communication (personnel, fournisseurs et distributeurs, partenaires financiers, prestataires de services, consommateurs, pouvoirs publics...)
- Les annonceurs (les différents métiers) et intervenants externes (agences, centrales, régies...)
- Le cadre réglementaire et déontologique de la profession

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Étude de cas

Durée : 4 heures

Barème : 180 points

À partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, le candidat doit analyser des situations et résoudre des problèmes liés à la spécialité choisie.

Cette épreuve mobilisera également des savoirs et savoir-faire acquis tout au long de la formation dans la spécialité choisie.

Au-delà du simple contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse du candidat, le réalisme et la cohérence de ses propositions.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6 et permet de capitaliser 19 crédits ECTS.

UC D22

Epreuve Professionnelle de Soutenance

A. Objectifs

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises. À cette fin, le stage ou projet tutoré implique l'élaboration d'un mémoire qui donne lieu à une soutenance orale.

Le Foundation Degree implique une mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et de faciliter son insertion dans l'emploi.

Une partie de la formation peut être accomplie à l'étranger dans le cadre d'une convention.

B. Stage ou Projet tutoré

Stage

Durée : 4 à 6 semaines la première année ; 8 à 12 semaines la seconde année

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec la communication commerciale d'entreprise, donnant lieu à un rapport d'activité.

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle de communication.

Ou

Projet tutoré

Durée : ¼ du volume de la formation, hors stage

Contenu : Dans le cadre d'un travail individuel ou collectif, réalisation d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la réalisation d'une opération de communication d'entreprise définie en début d'année et validée par le tuteur enseignant.

Capacités attendues : Mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action de communication d'entreprise.

C. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités du candidat à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation du candidat, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du document écrit peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ;
- Soit des travaux plus théoriques par le biais d'un projet tutoré.

1.1. Le stage en entreprise

Le stage doit se dérouler pendant la scolarité. Il doit avoir une durée comprise entre 4 à 6 semaines pour la première année, 8 à 12 semaines pour la seconde année.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles du candidat, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion au candidat de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. L'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle du candidat, qu'il soit salarié à temps plein ou en alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du référentiel de l'examen FEDE présenté.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son rapport d'activité. La production d'un certificat de travail mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.3. Les travaux théoriques

L'obtention d'un stage en entreprise doit constituer la priorité mais les candidats peuvent éventuellement, en accord avec leur établissement de formation, appuyer leur mémoire sur des travaux théoriques.

Dans ce cas, le projet de mémoire est négocié et déterminé en début d'année en concertation avec l'équipe pédagogique et plus spécialement un tuteur-enseignant, qui aura pour rôle de superviser le projet.

1.3.1. Contenu du projet

Dans la mesure du possible, ce projet aura une dimension européenne et sera élaboré en liaison avec une entreprise ou une organisation professionnelle où il pourrait trouver une application.

1.3.2. Rôle du tuteur

Le tuteur est un des enseignants du candidat. En tant que tuteur, son rôle consiste à :

- Suggérer des idées de projet ou d'étude ;
- Valider le projet et négocier avec le candidat l'évolution du projet ;
- Orienter ses recherches bibliographiques et documentaires ;
- Fournir des pistes pour mettre en place des relations avec des entreprises ou des organisations professionnelles ;
- Surveiller la qualité d'ensemble du travail fourni ;
- Participer, le cas échéant au jury d'examen.

2. Le rapport d'activité ou le mémoire

Le document écrit présenté par les candidats stagiaires ou salariés est un rapport d'activité. Le document écrit présenté au titre de recherches théoriques est un mémoire.

Ce document écrit constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation et représente 50% de la note finale.

2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

L'organisation du document écrit est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Introduction ;
- La demande ou la commande ;
- La problématique ;
- L'idée de départ, le projet initial ;
- Les hypothèses de recherche ;
- Les résultats attendus ;
- La méthodologie utilisée ;
- Les arguments du projet, les propositions ;
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets ;
- La confrontation avec la réalité, le terrain, les entreprises ;
- Les résultats éventuellement obtenus ;
- Les outils de contrôle éventuellement mis en place ;
- Les avantages apportés par le projet ou l'étude.

2.2. Présentation du rapport ou du mémoire

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4 ;
- Nombre de pages : de l'ordre de 30 pages (plus ou moins 20 %) hors annexes ;
- Impression recto seul ;
- Marges 2,5 cm de chaque côté ;
- Interligne 1,5 ;
- Relié.

Le rapport ou mémoire peut contenir quelques annexes essentielles qui ne doivent pas dépasser un volume maximum de 10 feuilles A4.

La provenance de ces annexes doit être clairement indiquée (document élaboré par le candidat, tiré de telle publication, fourni par l'entreprise...).

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom du candidat ;
- Numéro de candidat attribué par la FEDE ;
- Titre éventuel du rapport ou du mémoire ;
- « Examens de la FEDE » ;
- « Rapport d'activité [ou mémoire] présenté à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de [année] ».

Il devra contenir un sommaire au début, une bibliographie à la fin et éventuellement une table des annexes.

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations, etc.

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour le candidat.

2.3. Délai de fourniture du document écrit

Les rapports d'activités ou mémoires doivent être envoyés en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. L'épreuve dure 30 minutes. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 50% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 10 à 15 min)

Dans un premier temps, le jury invitera le candidat à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Ce travail de soutenance ne doit pas conduire le candidat à « lire » son rapport ou mémoire devant le jury. Cette partie de l'épreuve est une évaluation des compétences de communication orale dans un contexte professionnel et technique.

Le candidat s'efforcera donc de retracer, d'une manière construite et raisonnée, son cheminement dans le choix d'un sujet ou d'un projet, les difficultés qu'il a connues et comment il les a surmontées, la place que ce projet a prise par rapport à son projet professionnel global, l'intérêt qu'il a trouvé, le bénéfice qu'il a tiré d'un travail personnel d'élaboration et de recherche, les contacts qu'il a pu nouer à cette occasion avec des professionnels, des organisations, les suites qui seront éventuellement données...

Il devra savoir introduire et conclure son exposé, et maîtriser son temps de parole.

Le candidat peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

Le candidat a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 10 à 15 minutes, le candidat ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (15 à 20 min)

Dans un deuxième temps, le jury reviendra sur des aspects plus techniques ou professionnels, notamment sur le contenu du document écrit, et posera les questions suscitées par la lecture de celui-ci.

Toutefois, s'agissant de la partie « soutenance orale » de l'épreuve, le jury évaluera moins la précision et la justesse des éléments de réponse technique fournis que la capacité, de la part du candidat, à maîtriser la situation de communication, à comprendre et à traiter une objection, à organiser un discours, à convaincre...

4. Objectifs et critères d'évaluation

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les capacités suivantes (les performances écrites et les performances orales ayant le même poids pour la note finale) :

Concernant le document écrit (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer par écrit	<ul style="list-style-type: none"> • S'exprimer par écrit en respectant les règles de style et l'orthographe de sa langue • Avoir une pensée claire • Organiser sa pensée selon un plan organisé et explicite
2. Aptitudes en bureautique et en informatique	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter une charte graphique • Prouver l'utilisation de logiciels spécifiques professionnels (production d'annexes issues de ces logiciels spécifiques)
3. Capacité à élaborer une pensée construite sur des problèmes techniques liés au monde de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les aspects techniques abordés dans le mémoire et faire preuve d'une véritable autonomie dans les domaines concernés
4. Capacité à témoigner des compétences professionnelles et savoir-faire attendues d'un étudiant ayant suivi une formation de niveau V du CEC dans un domaine professionnel spécifique	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte technique lié à la spécialité choisie et conforme au niveau visé

Concernant la soutenance (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer oralement	<ul style="list-style-type: none"> • Montrer une présentation générale correcte • S'exprimer par oral correctement et clairement • Maîtriser le déroulement de l'épreuve, gérer son temps • Choisir ses arguments • Convaincre • Faire preuve d'écoute active
2. Capacité à tirer parti, pendant l'exposé et la discussion, de documents de travail professionnels (documentations, catalogues, réalisations personnelles, annexes diverses)	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser parfaitement les documents qu'il apporte • Être à l'aise dans la présentation et l'utilisation de ces documents en tant qu'appui de la communication orale (ce n'est pas la qualité en elle-même des documents qui est évaluée)
3. Capacité à porter un jugement objectif sur la teneur et le résultat de l'étude ou du projet tutoré	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte lié à sa spécialité et à un niveau V de compétences du CEC

D. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6 et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UE B

Langue Vivante
Européenne

UC B11

Langue Vivante Européenne 1

Utilisateur élémentaire – Niveau A2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B11) ou langue vivante 2 (UC B12).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langue vivante 2 (facultative)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

A. Objectif

Acquérir le niveau A2 écrit de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur élémentaire, Niveau A2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Lire	Je peux comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquent relatifs à ce qui me concerne de très près (par ex. moi-même, ma famille, les achats, l'environnement proche, le travail). Je peux saisir l'essentiel d'annonces et de messages simples et clairs.
Écrire	Je peux écrire des notes et messages simples et courts. Je peux écrire une lettre personnelle très simple, par exemple de remerciements.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

Afin de permettre aux apprenants de s'auto-former sur ce module, la FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

Durée : 1 heure

Compréhension écrite

Étude de deux textes de 150 à 250 mots accompagnés de questions écrites.

1er texte : 4 questions

2ème texte : 4 questions

Total : 8 questions

Les réponses à ces 8 questions seront reportées par le candidat sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

Courrier

Rédaction d'un courrier (lettre, fax, mail ou mémo) dans la langue étrangère choisie par le candidat à partir d'un canevas fourni dans cette même langue étrangère, éventuellement en réaction à un document fourni dans l'énoncé (publicité, offre d'emploi, courrier). Nombre de mots : de 100 à 150.

Il s'agit essentiellement de tester les capacités de l'étudiant à rédiger et à élaborer une réponse correcte et logique en utilisant des phrases simples visant à satisfaire des besoins simples et concrets.

La présentation ne fera pas l'objet de notation, mais pourra contribuer à l'évaluation (sous forme de bonus par exemple).

Barème :

QCM : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.

Compréhension écrite (8 questions x 3) : 24 points

Courrier : 36 points

Total : **60 points**

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.

UC B21

Langue Vivante Européenne 1

Utilisateur élémentaire – Niveau A2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B11) ou langue vivante 2 (UC B12).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langue vivante 2 (facultative)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

A. Objectif

Acquérir le niveau A2 oral de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur élémentaire, Niveau A2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Écouter	Je peux comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquent relatifs à ce qui me concerne de très près (par ex. moi-même, ma famille, les achats, l'environnement proche, le travail). Je peux saisir l'essentiel d'annonces et de messages simples et clairs.
Prendre part à une conversation	Je peux communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets et des activités familiaires. Je peux avoir des échanges très brefs même si, en règle générale, je ne comprends pas assez pour poursuivre une conversation.
S'exprimer oralement en continu	Je peux utiliser une série de phrases ou d'expressions pour décrire en termes simples ma famille et d'autres gens, mes conditions de vie, ma formation et mon activité professionnelle actuelle ou récente.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

Afin de permettre aux apprenants de s'auto-former sur ce module, la FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

Durée : 45 minutes

Préparation (25 min)

Le candidat tire au sort un document iconographique parmi un choix de 6 à 12 documents et doit préparer une présentation et un commentaire en réaction à ce document.

Le document iconographique est une photographie, un dessin, un graphique ou un montage de plusieurs de ces éléments portant sur les thèmes du référentiel et des sujets d'actualité s'y rapportant.

Le candidat peut prendre des notes mais uniquement comme support d'oral ; toute lecture mot à mot in extenso sera sanctionnée.

Passation (20 min)

1. Présentation et commentaire

Présentation et commentaire par le candidat du document iconographique.

L'examinateur doit laisser au candidat le temps de s'exprimer seul afin de juger de la logique du discours.

2. Discussion sur le document

Entretien entre l'examinateur et le candidat sur le document.

3. Test de compréhension orale

L'examinateur lit au candidat un texte de 150 mots maximum (portant sur les thèmes du référentiel et sujets d'actualité s'y rapportant) et lui pose 6 questions de compréhension.

Les questions sont posées au fur et à mesure de la lecture du texte ; chaque passage n'est lu qu'une seule fois. La prise de notes est autorisée (l'exercice porte sur la compréhension et non sur la mémorisation au sens strict).

4. Entretien

Entretien sur la spécialité professionnelle du candidat (expérience acquise ou en cours, projet tutoré, spécialisation présente et future...)

Liste des thèmes de l'épreuve de Langue Vivante

1. L'Europe

- La citoyenneté européenne ;
- Les institutions politiques européennes (Il s'agit d'entraîner les élèves à la compréhension et à l'utilisation d'un vocabulaire spécifique et non de reprendre le cours préparant à l'UE A).

2. Le monde du travail (vu d'une manière générale)

- Les relations humaines ;
- Les aspects sociaux (aménagement du temps de travail / formation / conflits / délocalisation...);
- Les conditions de travail dans le(s) pays européen(s) de la LV (Langue Vivante) choisie par l'étudiant.

3. Économie générale

- La monnaie et les marchés financiers ;
- La mondialisation.

4. Vie pratique

- Lettre d'entreprise : demande de renseignements, proposition, commande, réservation... (Le but est de rester dans une utilisation de base, commune à tout poste occupé dans l'entreprise, l'épreuve étant commune à tous les Foundation Degrees) ;
- Offres d'emploi (lecture et réponse) ;
- Le téléphone : expressions-types / appels / réceptions d'appels...

5. Communication

- Relations publiques, publicité ;
- Nouveaux moyens technologiques de communication.

- 6. Arts, culture et patrimoine**
- Histoire, civilisations et sociétés ;
 - Grands courants de pensées.
- 7. Sujets d'actualité**
- Grands sujets de politiques européennes et internationales ;
 - Sujets de société : environnement, santé...

Notation de l'épreuve orale - Capacités évaluées :

1- Facultés d'expression - Aisance	20 pts
2- Compréhension orale (situation d'entretien et test de compréhension)	30 pts
3- Adéquation et richesse du vocabulaire	30 pts
4- Phonétique (articulation, rythme, intonation)	10 pts
5- Correction grammaticale	20 pts
6- Organisation logique du discours	10 pts
Total	120 pts

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.

UE A | Culture et Citoyenneté
Européennes

UC A2

Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action

A. Objectifs

- Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel ;
- Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement ;
- Comprendre le modèle européen d'un point de vue réglementaire et juridique ;
- Acquérir un ensemble de savoirs nécessaires pour envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne.

B. Formation

L'unité capitalisable A2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 40 à 60 heures.

Contenu	Capacités attendues
Chapitre 1 : Géopolitique de l'Europe → Fiches CCE soumises à évaluation : 1, 2, 3	
<ul style="list-style-type: none"> • Géographie : le continent européen, un isthme avec des limites naturelles et conventionnelles • Identité européenne façonnée par l'histoire depuis 2000 ans à partir des socles hellénique, romain et judéo-chrétien • Identité européenne portée par de grands mouvements de pensée (Renaissance au XVème siècle, Humanisme au XVIème siècle, Lumières au XVIIIème siècle, Romantisme au XIXème siècle) • Le principe des Etats Nations au XIXème siècle et début XXème siècle prend le pas sur l'idée européenne • La renaissance de l'idéal européen aux lendemains de la seconde guerre mondiale • Des critères géopolitiques mais surtout politiques et culturels au cœur de la construction européenne depuis la seconde guerre mondiale 	<i>Connaître la géopolitique et l'histoire de l'Europe pour aborder, comprendre, analyser l'actualité européenne et pour mesurer les enjeux et défis de la construction européenne</i>
Chapitre 2 : Histoire contemporaine de la construction européenne → Fiches CCE soumises à évaluation : 4, 5, 6 → Fiche CCE hors-évaluation : 7	
<ul style="list-style-type: none"> • Les prémices de la construction européenne de 1945 à 1949 • La formation de l'Europe communautaire entre 1946 et 1956 • La CEE entre 1957 et 1968 • Elargissement et Approfondissement : accélération de deux processus de 1969 à 2000 • L'élargissement entre 2004 et 2013 • La philosophie politique européenne sur les élargissements de 2003 à nos jours 	<i>Connaître l'histoire contemporaine de la construction européenne à travers notamment les procédés et les moyens mis en œuvre par l'Union européenne (UE) pour répondre aux défis politiques européens et méditerranéens mais également aux défis de la mondialisation</i>

Chapitre 3 : Le fonctionnement de l'Union européenne	
<p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22</p> <p>→ Fiche CCE hors-évaluation : 19</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Les 6 Traités européens <ul style="list-style-type: none"> - Apports et nature dominante • Le Droit de l'Union européenne (UE) <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Sources du Droit communautaire - Fondements de l'UE : principes et implications (primauté, subsidiarité, attribution des compétences) - répartition des compétences avec les domaines d'action <ul style="list-style-type: none"> - valeurs démocratiques - économie de marché - 5 libertés fondamentales • Les 7 Institutions et les 4 principaux Organes européens <ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnement et objectifs - Interactions entre eux - Interventions du citoyen européen • Les droits du citoyen européen <ul style="list-style-type: none"> - Protection des Droits de l'Homme (la CEDH de 1950 du Conseil de l'Europe et la Charte des droits fondamentaux de 2000 de l'Union européenne) - Droits liés à la citoyenneté européenne 	<p><i>Connaître et comprendre le Droit de l'Union (ou Droit communautaire) : ce qu'il recouvre et de quelle manière, son fonctionnement et ses rouages, sa protection de plus en plus accrue vis-à-vis du citoyen européen, et ce qu'il implique pour aujourd'hui et pour demain</i></p> <p><i>Comprendre et assimiler le transfert ou le partage volontaire de la souveraineté des Etats à l'UE qui les représente</i></p> <p><i>Intégrer l'objectif pratique : savoir utiliser les principes de l'UE dans l'environnement personnel ou professionnel (par tous citoyens européens, étrangers, étudiants, professionnels installés en Europe ou à l'étranger)</i></p> <p><i>Comprendre que le citoyen (dans son acception la plus large) est le destinataire final des règles édictées par l'UE</i></p> <p><i>Comprendre que les règles et les droits issus de l'UE et du Conseil de l'Europe sont protecteurs des intérêts du citoyen</i></p>
Chapitre 4 : Enjeux, défis et avenir de la construction européenne	
<p>→ Fiche CCE soumise à évaluation : 23</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'avenir de l'UE conditionné par les défis européens et mondiaux • Son avenir : Union fédérale ? Union resserrée à cercles concentriques ? Union de libre-échange ? Reprise totale de la souveraineté des Etats ? 	<p><i>Mesurer les enjeux et défis européens et mondiaux (drogue, immigration, populisme...) pour mieux cerner les desseins à venir de la construction européenne</i></p>
Chapitre 5 : L'Union européenne, l'Europe et le monde	
<p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 24, 26, 27, 28, 29</p> <p>→ Fiches CCE hors-évaluation : 25, 30, 31</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Les Organisations internationales <ul style="list-style-type: none"> - Le Conseil de l'Europe - L'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) • Les OING et leur rôle 	<p><i>Comprendre le Conseil de l'Europe et l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) fondées sur les valeurs communes que sont la démocratie, la prééminence du droit et le respect des droits de l'homme</i></p> <p><i>Appréhender le rôle participatif et contributif des OING aux débats politiques européens et internationaux</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les instruments internationaux d'accueil des migrants • La protection des minorités nationales en Europe 	<p><i>Appréhender l'accueil des migrants en Europe à travers certains instruments internationaux à l'échelon mondial, international et européen</i></p> <p><i>Appréhender la difficile conciliation de la reconnaissance et de la garantie des droits aux minorités nationales par l'Europe avec les droits inaliénables de l'homme et les systèmes politiques et juridiques de certains Etats</i></p>
<p>Chapitre 6 : Focus sur la corruption – Module construit en partenariat avec le GRECO</p> <p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 32, 33</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir la corruption • Les différentes formes de corruption • Cartographier et mesurer la corruption • Les causes de la corruption • Endiguer la corruption • Les standards internationaux de lutte contre la corruption 	<p><i>Appréhender les conséquences de la corruption</i></p> <p><i>Connaître les termes spécifiques du vocabulaire de la lutte contre la corruption</i></p> <p><i>Distinguer les moyens de lutte contre la corruption, en aval et en amont</i></p> <p><i>Appréhender les enjeux de la dimension internationale de la lutte contre la corruption</i></p>

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants :

- 32 fiches de synthèse comportant des outils d'auto-évaluation pour se préparer à l'épreuve ;
- 2 notes de synthèse distinguant le contenu essentiel à retenir pour l'évaluation ;
- Deux e-books en appui à l'apprentissage : *L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle* et *La construction européenne, ses institutions dans le cadre international* ;
- De très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne

Durée : 40 minutes

Nombre de questions : 40 questions

Nombre de propositions : 2 à 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

Total de points : 120

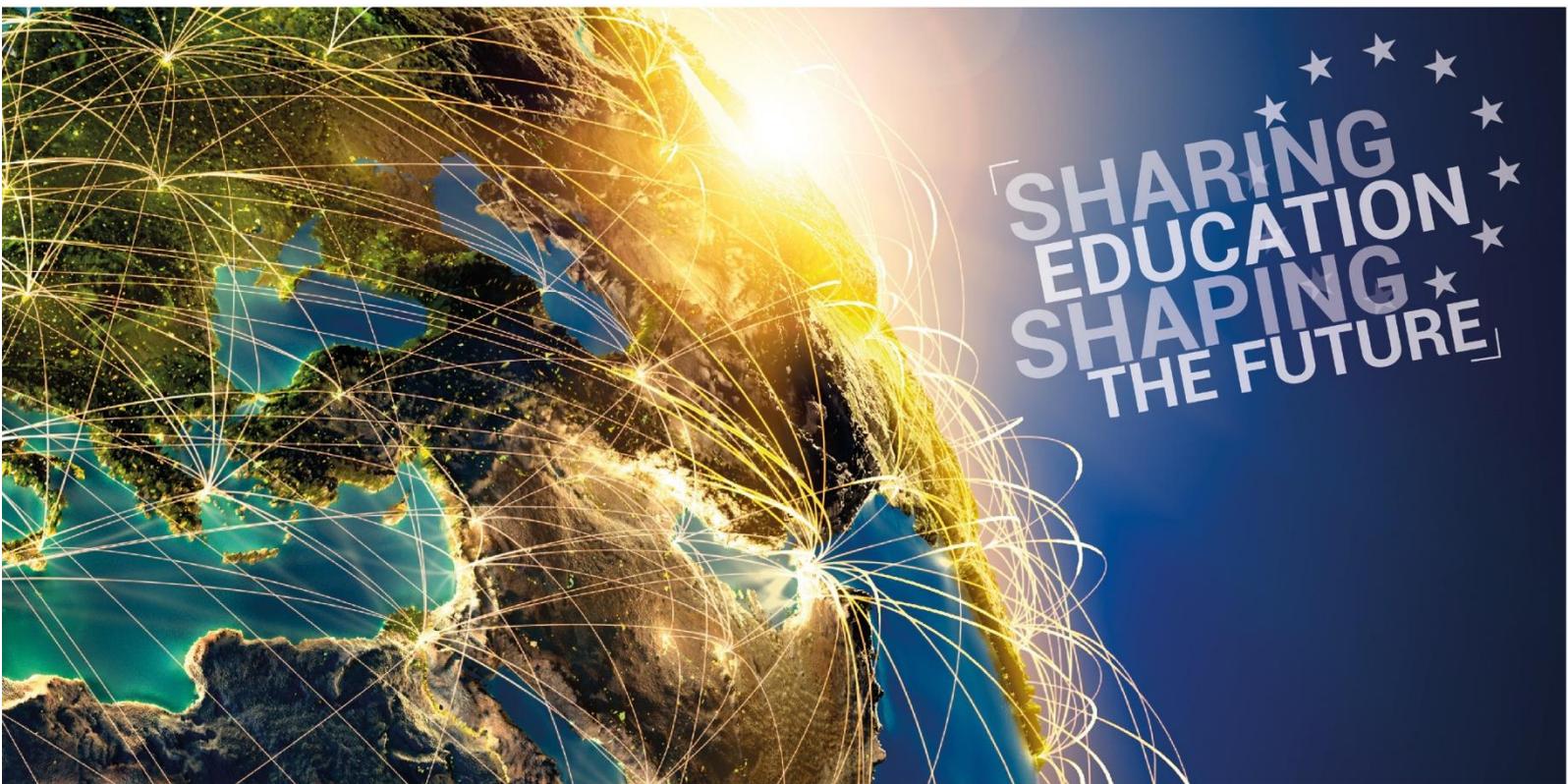
Le barème de notation est le suivant :

- **+ 3 points par bonne réponse**
- **0 point par réponse erronée**
- **0 point par non-réponse**

NB : Formation en présentiel : heures d'enseignement réparties selon l'organisation propre à chaque établissement, à la spécialité du diplôme préparé et à la zone géographique du lieu de formation.

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.



SHARING
EDUCATION
SHAPING
THE FUTURE



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles
www.fede.education



INGO holding participatory status with the Council of Europe
OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe
INGO holding consultative status with the « Francophonie »
OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE
www.fede.education - [@fede.education](https://twitter.com/fede)

Adresse: Résidence DRARGA Appt N°61, 4ème étage,
Avenue Yaacoub El Mansour, Gueliz, 40000 -Marrakech
Fixe: +212 524 43 87 68 / Whatsapp: +212 625 88 17 53
Email: contact@mmgschool.education