



SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

BUT Communication des organisations

Information-communication



Niveau d'étude
visé
BAC +3



ECTS
180 crédits



Durée
3 ans



Composante(s)
IUT Bordeaux
Montaigne

Parcours proposés

- BUT 1 Communication des organisations
- BUT 2 Communication des organisations
- BUT 3 Communication des organisations

Présentation

Le BUT Information-Communication se déroule à [IUT Bordeaux Montaigne](#) (site Bordeaux Centre).

Le parcours **Communication des organisations** forme des communicants dont la tâche est de valoriser l'image d'organisations dans lesquelles ils travaillent ou pour lesquels ils sont engagés. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre des politiques de communication. Pour cela, ils ou elles créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils ou elles mettent en place des actions de communication et de relations avec les publics. Les communicants sont des créateurs de valeur par la diffusion et la promotion de l'information.

Objectifs

Le BUT Communication des organisations a pour objectif de former des étudiantes et étudiants destinés à exercer une activité professionnelle technologique dans le secteur

de la communication. Même si elle n'est pas de droit, la poursuite d'études est envisageable après le BUT, notamment en master ou dans des écoles spécialisées dans la communication. Le parcours est composé de :

- deux compétences communes à tous les parcours (décrypter et partager) ;
- trois compétences spécifiques.

Les + de la formation

La finalité du programme national et de la pédagogie mise en œuvre est d'apporter aux étudiants une solide culture académique constituée de savoirs et de savoir-faire, soutenus par une culture professionnelle des métiers. Cette formation se caractérise par :

- un socle solide en sciences de l'information et de la communication ainsi que, de façon plus générale, en sciences humaines et sociales ;
- le développement de la culture générale et aux cultures métiers de l'information-communication ;
- l'exigence particulière portée sur la qualité de l'expression française, tant à l'écrit qu'à l'oral ;
- un enseignement soutenu en langues, l'anglais étant obligatoire ainsi qu'une deuxième langue vivante



en fonction des propositions faites dans les différents départements ;

– des enseignements approfondis sur les outils numériques et leur mobilisation dans les différentes

voies professionnelles proposées dans les différents parcours du BUT ;

– la valorisation des écritures audiovisuelles.

Organisation

Organisation

Les compétences et les composantes essentielles : Décrypter, Partager, Concevoir une stratégie, Élaborer des moyens, Piloter les relations

Admission

Capacité d'accueil

30 places en BUT1

Public cible

La formation est ouverte aux élèves de terminale (toutes spécialités), aux titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme équivalent (DAEU, etc.), aux étudiants de l'enseignement supérieur.

Elle exige une aisance relationnelle et rédactionnelle, un esprit d'initiative, des capacités d'écoute, d'adaptation, de synthèse et le sens de l'engagement.

Conditions d'accès

La sélection s'effectue sur dossier à partir des éléments suivants : cursus scolaire/universitaire, notes des épreuves anticipées de français au bac, parcours comportant les éventuelles expériences pré- professionnelles et/ou, projet de formation motivé comportant l'exposé des démarches engagées pour connaître nos métiers, réponses aux questions complémentaires (lectures spécifiques, lien internet vers travaux, dossiers réalisations, rencontres, etc. exprimant un intérêt pour les métiers de la communication).

Pour postuler au sein de l'IUT, vous devez saisir vos vœux sur la plateforme Parcoursup.

Plus d'informations sur le site de l'IUT rubrique [🔗 # Être candidat-e](#)

Niveau d'entrée : BAC

Niveau d'entrée obligatoire : Non

Droits de scolarité

Se renseigner sur le site de l'IUT, rubrique [🔗 # Scolarité](#)

Les étudiants doivent justifier d'une assurance responsabilité civile.

Et après

Secteur(s) d'activité (DGESIP) : Communication, Sciences de l'information et de la communication

Référentiel ROME : E1104 : Conception de contenus multimédias, M1705 : Marketing, E1103 : Communication

Savoir faire et compétences

* **Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international** :- En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales · En tenant compte



des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...) · En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions · En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle · En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes

- * **Informier et communiquer au sein des organisations :**
 - En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères · En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels · En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes · En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines–
- * **Concevoir une stratégie communication :**
 - En analysant la demande et le contexte du commanditaire · En identifiant les cibles et les ressources · En formulant une recommandation incluant une stratégie et des canaux de communication · En pilotant un projet de communication dans le respect du cadre réglementaire
- * **Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels) :** En suivant une ligne éditoriale ou une stratégie définie · En créant des supports de communication · En élaborant des concepts créatifs · En prenant en compte les tendances, les enjeux et les évolutions économiques, culturelles, technologiques · En se mettant en conformité avec les règles juridiques liées à la conception éditoriale et à la production de supports de communication · En respectant les contraintes budgétaires et l'environnement sociotechnique de l'organisation –
- * **Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers,, clients...) :** En identifiant les besoins spécifiques des parties prenantes · En répondant aux besoins à l'aide de méthodologies et d'outils · En optimisant les solutions proposées au regard des contraintes techniques, budgétaires, humaines, organisationnelles, juridiques · En

effectuant un suivi quantitatif et qualitatif des actions · En s'inscrivant dans la stratégie de communication · En intégrant les enjeux éthiques dans la relation

Compétences transversales :

- * **Usages numériques :** Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.
- * **Exploitation de données à des fins d'analyse :**
 - Identifier, sélectionner et analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
 - Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. · Développer une argumentation en faisant preuve d'esprit critique.
- * **Expression et communication écrites et orales :** Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. · Communiquer par oral et par écrit, de façon claire, dans au moins une langue étrangère.
- * **Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :** · Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives · Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale · Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet · Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique · Prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.
- * **Positionnement vis à vis d'un champ professionnel :**
 - Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder · Caractériser et valoriser son identité, ses compétences



et son projet professionnel en fonction d'un contexte -
Identifier le processus de production, de diffusion et de
valorisation des savoirs

Insertion professionnelle

À l'issue de la formation, les étudiants peuvent choisir de
poursuivre en master spécialisé ou s'insérer comme chargés
de communication, conseillers en relations presse, chargés
de relations publiques, chargés d'édition, chefs de projets,
concepteurs événementiels, animateurs de réseaux, etc.

Infos pratiques

Contacts

Contact administratif

Communication des organisations

✉ communication-iut@u-bordeaux-montaigne.fr

Contact administratif

Corine VIDEAU

☎ 0557122010

Lieu(x)

📍 Bordeaux et agglomération



Programme

BUT 1 Communication des organisations

Semestre 1 BUT Communication des organisations

Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	6 crédits
Cmprdre. les enjeux de l'info-com pour le fctment. des org.	6 crédits
Initier la relation par la cnce des partie prenantes et envt	6 crédits
Se familiariser avec les moyens de communication	6 crédits
Identifier les leviers d'une stratégie de communication	6 crédits

Semestre 2 BUT Communication des organisations

Initier la relation par la cnce des partie prenantes et envt	4 crédits
Cmprdre. les enjeux de l'info-com pour le fctment. des org.	7 crédits
Identifier les leviers d'une stratégie de communication	6 crédits
Informier et communiquer en contexte pré-professionnel	7 crédits
Se familiariser avec les moyens de communication	6 crédits

BUT 2 Communication des organisations

BUT 3 Communication des organisations