



SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

BUT Publicité

Information-communication



Niveau d'étude
visé
BAC +3



ECTS
180 crédits



Durée
3 ans



Composante(s)
IUT Bordeaux
Montaigne

Parcours proposés

- > BUT 1 Publicité
- > BUT 2 Publicité
- > BUT 3 Publicité

Présentation

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

Parcours Publicité : Trois ans pour former les futurs professionnels de la publicité, agiles et polyvalents, à la fois stratégiques et créatifs.

Objectifs

Le parcours Publicité forme des spécialistes de la communication autour des questions de la stratégie publicitaire, du marketing et de la créativité. Ils interviennent à toutes les étapes d'une campagne de publicité : réunions préparatoires, étude et définition des cibles, des objectifs, de l'axe et des thèmes publicitaires, de la teneur du message et de la répartition du budget.

Organisation

Organisation

- * analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international,
- * informer et communiquer au sein des organisations,
- * analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes,
- * concevoir des solutions créatives et innovantes,
- * élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire.

La formation est axée sur les stratégies de marques et les stratégies médias, le marketing, la création, les techniques digitales et les nouveaux médias. Elle allie contenus pratiques et théoriques, enseignements spécialisés et enseignements en sciences sociales, notamment en sciences de l'information et de la communication.

Les 3 années du programme national comportent 1800 heures de formation sur 6 semestres, 600 heures de projets tutorés, 22 à 26 semaines de stage. Les cours se déroulent du lundi au vendredi, avec une moyenne annuelle de 33 heures par semaine.

Différents enseignements : stratégie marketing, stratégie de communication, création publicitaire, conception-rédaction, storytelling, webmarketing et stratégie digitale, production audiovisuelle, PAO, sociologie, histoire de l'art, théories des sciences de l'information et de la communication, communication visuelle, économie, droit, veille et intelligence économique, etc.



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 suppose ouverture d'esprit et curiosité. Elle exige également capacité de travail et investissement personnel.

Conditions d'admission

La sélection s'effectue sur dossier à partir des éléments suivants : cursus scolaire/universitaire, 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 (lien vers site dédié ou une vidéo personnelle de présentation, phrases-clés pour présenter sa candidature).

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

Référentiel ROME : E1402 : Elaboration de plan média, E1401 : Développement et promotion publicitaire, 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
- * **Informer 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
- * **Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes :** · En prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque · En définissant la stratégie marketing · En mettant en œuvre la phase de marketing opérationnel et les outils préconisés



- * **Concevoir des solutions créatives et innovantes** : · En définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité · En élaborant des concepts créatifs et innovants · En produisant des solutions créatives adaptées

- * **Elaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire** : · En s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée · En architecturant une stratégie des moyens publicitaires · En respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales · En accompagnant le client et en proposant des outils d'évaluation de la stratégie

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 de s'insérer en tant que publicitaires spécialistes en communication digitale en agences conseils en communication, en agences médias, chez les annonceurs.

Ce professionnel possède des compétences stratégiques, créatives ou de production pour exercer des fonctions de chef de publicité, planneur stratégique, consultant, chef de projet, concepteur-rédacteur, média-planneur, directeur artistique, responsable marketing, etc.

Infos pratiques

Contacts

Publicité

✉ mmipub@iut.u-bordeaux-montaigne.fr

Responsable pédagogique

Delphine REYSS

Responsable pédagogique

Claire D'HENNEZEL

Contact administratif

Quentin BESSIERE

☎ 0557122040

Lieu(x)

📍 Bordeaux et agglomération



Programme

BUT 1 Publicité

Semestre 1 Publicité

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Informer et communiquer en contexte pré-professionnel	UE		191h		8
Appréhender le marché, cpdre. les enjeux mktg. d'une marque	UE		67h		5
Cpdre. les outils et les méthodes de la créat. publicitaire	UE		74h		5
Cmprdre. les enjeux de l'info-com pour le fctment des org.	UE		74h		7
Découvrir le dmne. pub. des masques - caractériser un ctxt.	UE		65h		5

Semestre 2 BUT Publicité

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Cpdre. les outils et les méthodes de la créat. publicitaire	UE		110h		6
Informer et communiquer en contexte pré-professionnel	UE		142h		7
Appréhender le marché, cpdre. les enjeux mktg. d'une marque	UE		63h		5
Cpdre. les outils et les méthodes de la créat. publicitaire	UE		67h		5
Cmprdre. les enjeux de l'info-com pour le fctment des org.	UE		90h		7

BUT 2 Publicité

BUT 3 Publicité