IUT nancy Charlemagne
une composante de

BUT CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

SPÉCIALITÉ

INFORMATION - COMMUNICATION

PARCOURS

PUBLICITÉ

Le BUT Information - Communication a pour objectif de former des étudiants destinés à exercer une activité professionnelle dans le secteur de l'information et de la communication, à partir d'un socle pluridisciplinaire.

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.

Métiers et débouchés : publicitaires généralistes, dans une agence ou chez un annonceur : chef de publicité, concepteur-rédacteur, responsable de production, infographiste, chef de produit, assistant responsable marketing…

ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation se déroule en 6 semestres pour un volume horaire de 1 800 heures.

Les enseignements sont dispensés sous la forme de :
- Ressources (cours) : travaux dirigés, travaux pratiques et cours magistraux.
- SAÉ (Situation d'Apprentissage et d'Évaluation) : travaux en autonomie sous forme de projets.

Ces connaissances théoriques et ces mises en pratique permettent à l'étudiant d'acquérir des compétences pour développer des qualifications professionnelles.

La formation accorde une large place à l'expérience professionnelle grâce à la réalisation de stages en entreprise et de projets de groupes.

L'enseignement est assuré par des enseignants de l'université et par des intervenants issus du monde professionnel.

Il est apprécié par un contrôle continu pour chaque semestre.

24 SEMAINES DE STAGE
- 4 semaines en 1ère année
- 8 semaines en 2e année
- 12 semaines en 3e année

600 HEURES
de projets tutorés

ADMISSION

La formation s'adresse aux bacheliers ou titulaires d'un diplôme équivalent.

Elle est ouverte aux bacheliers généraux (*spécialités très adaptées : arts, histoire géographie géopolitique et sciences politiques, humanités littérature et philosophie, langues et littératures étrangères, sciences économiques et sociales - spécialités adaptées : littératures langues et cultures de l'Antiquité, mathématiques, numérique et sciences informatiques)* et aux bacheliers technologiques.

L'admission est prononcée par un jury, après examen du dossier de candidature (*sur Parcoursup*), prenant notamment en compte les résultats et les appréciations obtenus en classes de première et de terminale ainsi que le projet de formation.

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

(Sous réserve de modifications - ce descriptif n'est ni exhaustif ni contractuel, il donne un aperçu du contenu de la formation)

RESSOURCES

- Histoire des médias, Sciences de l'information-communication
- Études des organisations
- Recherche d'information et veille
- Anglais, Langue vivante 2 (allemand, espagnol ou italien), Anglais spécialisé
- Expression écrite et orale, Linguistique, Sémiologie
- PAO, Informatique, Web, Webdesign
- Projet personnel et professionnel
- Comportement des consommateurs, Analyse des données
- Marketing opérationnel, Webmarketing, Marketing digital
- Stratégie de marques, stratégie de communication 360°
- Art contemporain et créativité, Culture et tendances publicitaires, Culture graphique, Communication visuelle
- Métiers et acteurs de la publicité
- Gestion de projet
- Économie générale, Droit du travail, Droit de la publicité, Droit de l'information-communication
- Sciences politiques, Ethnologie, Anthropologie, Psychologie sociale, Culture générale et humanités
- Image, son et Web, Culture numérique, Audiovisuel
- Conception-rédaction, Culture et tendances, Design graphique, Atelier créatif et création plurimédiatique
- Stratégie marketing, Branding
- Stratégie de communication, Stratégie de création
- Stratégie des moyens, Social media
- Discours et production publicitaire, Publicité RSO et internationale, Campagnes spécifiques
- Planning stratégique
- Budgétisation

SAÉ

- Réaliser une synthèse de documents à propos d'une organisation
- Défendre un projet à l'aide d'un document en français et en langue vivante
- Réaliser une analyse de marché
- Concevoir une idendité graphique
- Décrypter un brief
- Analyser les évolutions d'un objet information-communicationnel
- Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation
- Étude publicitaire
- Convaincre par l'image
- Étudier une marque
- Réaliser une stratégie de communication
- Concevoir une création publicitaire
- Réaliser un projet de communication publicitaire
- Réaliser et défendre un dossier de marque
- Portfolio
- Stage

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

DÉCRYPTER | **PARTAGER** | **COMPRENDRE** | **CONCEVOIR** | **DÉPLOYER**

À l'issue du BUT Publicité, les compétences professionnelles acquises permettent de s'insérer professionnellement mais également de poursuivre des études : en master Info-com, voire en écoles de communication ou de publicité.

service communication - IUT Nancy-Charlemagne - 2023

UNIVERSITÉ DE LORRAINE | IUT nancy Charlemagne

Département INFOCOM
2 ter boulevard Charlemagne - 54000 NANCY
Tél : 03 72 74 34 00 / 01
Mail : iutnc-infocom-admin@univ-lorraine.fr