

INFORMATION - COMMUNICATION

Que vous soyez en terminale ou dans un autre cursus,
vous pouvez candidater sur



POUR PLUS D'INFORMATION

02 32 74 48 05
iut-dir-infocom@univ-lehavre.fr
www-iut.univ-lehavre.fr

IUT Le Havre, L'expérience
de la réussite



Institut universitaire de technologie du Havre
BP 4006 - 76610 LE HAVRE
www-iut.univ-lehavre.fr

SITE FRISSARD
Rue Théodore Nègre
Quai Frissard - 76600 Le Havre
Tramway : Ligne A/B - Station «Gares»



Département INFORMATION- COMMUNICATION

Parcours Publicité

Bachelor Universitaire de Technologie (BUT)

EN FORMATION INITIALE
Possibilité d'alternance en 3^e année



QUELS SONT LES ÉLÉMENTS CLÉS DE LA FORMATION ?

Le Bachelor Universitaire de Technologie Information Communication, parcours Publicité (PUB) est un diplôme en 3 ans de grade Licence après le baccalauréat.

Le parcours **PUB**, c'est :

- 1800 heures de **formation**
- 600 heures de **projets**
- 1 **parcours** dès la 1^{ère} année
- 5 **compétences** pour ce parcours
- Entre 22 et 26 semaines de **stage**
- 1 **challenge de la publicité** en 2^e année
- 1 Projet tutoré (**PIC**) spécialisé et professionnalisant en 2^e année
- **180 ECTS** (European Credit Transfer System)

RNCP35365

Les stages et semestres peuvent se faire aussi à l'international.

QUEL PUBLIC PEUT ÊTRE ACCUEILLI ?

Formation ouverte aux bacheliers généraux ou technologiques, ainsi qu'aux diplômés en équivalence (D.A.E.U : Diplôme d'accès aux études universitaires). Deux langues sont obligatoires.

Diplôme accessible en formation continue, reprise d'études pour les salariés, les demandeurs d'emploi...) et par la V.A.E. (Validation des Acquis de l'expérience).

EN QUOI CONSISTE CETTE FORMATION ?

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, études et définition des cibles, des objectifs, de l'axe et des thèmes publicitaires, de la teneur du message et de la répartition du budget.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES APRÈS CETTE FORMATION ?

► Une entrée dans la vie active en exerçant des métiers tels que :

- Chargé de plan média
- Community manager
- Assistant chef de publicité
- Assistant chef de projet
- Assistant planneur stratégique
- Assistant Brand manager
- Assistant coordinateur de production
- Assistant Directeur artistique
- Assistant webmarketing
- Assistant responsable d'étude

► Une poursuite d'études en master est possible.

QUELLES COMPÉTENCES SERONT DÉVELOPPÉES ?

A – **Décrypter** les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication

B – **Partager** l'information et communiquer au sein des organisations

C – **Comprendre** le marché

D – **Concevoir** des solutions créatives et innovantes

E – **Elaborer et déployer** la stratégie de communication publicitaire

Ressources correspondantes : histoire des médias, théories de l'information et de la communication, étude des organisations, droit, économie, linguistique, sémiologie, sociologie, rhétorique de l'image...

Ressources correspondantes : analyse du système d'information, base de données documentaire, recherche documentaire...

Ressources correspondantes : étude de marché, comportement du consommateur, marketing fondamental, analyse de données, négociation, vente, marketing digital, branding...

Ressources correspondantes : créativité, culture et tendance publicitaires, culture graphique et communication visuelle...

Ressources correspondantes : gestion de projet, métiers et acteurs de la publicité, budgétisation, stratégie de moyens, communication interne et de crise, communication événementielle, relations presse et média...



QUELLES SPÉCIALITÉS
POUR QUEL B.U.T ?

