

# INFORMATION COMMUNICATION



Parcours Communication des Organisations  
Parcours Publicité

BAC+3 / ALTERNANCE POSSIBLE DÈS LA 2<sup>e</sup> ANNÉE /  
26 SEMAINES DE STAGE /  
1 800 HEURES + 600 HEURES DE PROJETS



B.U.T.



# INFORMATION COMMUNICATION

## ➤ PRÉSENTATION

Envie d'un métier dans le domaine de la communication et des médias ? Allier théorie et pratique pour répondre aux besoins des entreprises ? Evoluer dans une formation à taille humaine et être bien encadré par des enseignants, des enseignants-chercheurs et des professionnels ?

Le B.U.T. Information Communication forme en 3 ans des étudiants prêts à accéder à des métiers variés, ou qui feront le choix de poursuivre leurs études. Ici, la vie professionnelle est directement intégrée à la formation : stages chaque année, projets tutorés, apprentissage en 2<sup>e</sup> et/ou 3<sup>e</sup> année, projet personnel et professionnel, challenges...



## ➤ STAGES & ALTERNANCE

### Stage

Les étudiants en formation initiale effectuent trois stages en entreprise, en France ou à l'étranger :

- 4 semaines en 1<sup>re</sup> année (fin du semestre 2)
- 8 semaines en 2<sup>e</sup> année (fin du semestre 4)
- 14 semaines en 3<sup>e</sup> année (fin du semestre 6)

### Alternance

- Possible à partir de la 2<sup>e</sup> année dans les deux parcours Publicité et Communication des Organisations

## ➤ COMPÉTENCES

Quel que soit le parcours choisi, le B.U.T. Information communication permet de développer ses compétences et connaissances pour décrypter et communiquer l'information.

- apprentissage des théories et modèles des sciences de l'information et de la communication
- analyse du monde contemporain grâce aux sciences humaines et sociales
- compréhension du droit de l'Information communication et de l'économie
- maîtrise de la langue française et de deux langues vivantes
- initiation et développement des techniques de créativité
- déploiement de stratégies de communication
- maîtrise de logiciels de PAO, outils numériques et audiovisuels

### ➤ Les + de la formation :

- Excellente accessibilité à l'emploi et diversité des métiers
- Possibilité de poursuite d'études
- Relation étroite avec les structures et les professionnels de l'information communication
- Une première expérience significative grâce à l'immersion en entreprise (stage ou apprentissage)
- 3 ans, 1 diplôme reconnu = B.U.T. (Bachelor Universitaire de Technologie)

# OBJECTIFS DU B.U.T.



## Parcours Communication des organisations :

Le parcours Communication des Organisations forme des communicants dont la tâche est de valoriser l'image d'organisations dans lesquelles ils travaillent ou pour lesquelles ils sont engagés. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en oeuvre 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.

### Les diplômés seront capables de :

- 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
- Concevoir une stratégie communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, imprimés, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)



## Parcours Publicité :

Le parcours Publicité forme des spécialistes de la communication autour des questions de la stratégie publicitaire, du marketing et de la créativité. Ils ou elles 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.

### Les diplômés seront capables de :

- 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

## ADMISSION

L'admission se fait sur dossier + entretien. Elle est ouverte à tous les titulaires d'un baccalauréat général, technologique ou professionnel des domaines concernés. Pour tout autre profil, la candidature sera examinée en fonction de la motivation ou du projet professionnel et personnel. La procédure de candidature électronique est disponible sur le site internet de l'université de Franche-Comté : [www.univ-fcomte.fr](http://www.univ-fcomte.fr)

## PUBLIC CONCERNÉ

### BAC GÉNÉRAL

Nous recrutons prioritairement des candidats qui suivent des spécialités à dominante littéraire, économique et social et/ou artistique.

### BAC TECHNOLOGIQUE

Nous recrutons prioritairement des candidats de la filière STMG



## DOMAINES ET MÉTIERS

### Communication

- > Responsable de communication interne ou externe
- > Chargé de Relations Publiques
- > Chargé d'événementiel

### Création

- > Concepteur Rédacteur
- > Assistant Directeur Artistique
- > Graphiste

### Marketing

- > Assistant Chef de produit
- > Chargé d'études en marketing
- > Assistant Marketing

### Digital

- > Chargé de communication web et digital
- > Community Manager - social média manager
- > Traffic manager



## ➤ LE DÉPARTEMENT INFORMATION COMMUNICATION :

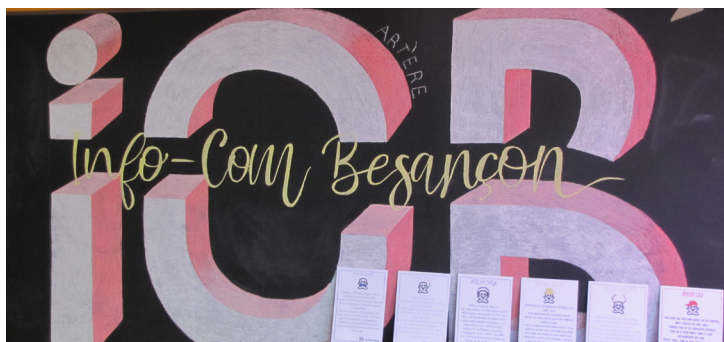
La formation, répartie sur six semestres, s'organise ainsi :

- 1800 heures d'enseignements sur trois ans, sous la forme de cours magistraux (CM-promotion entière), travaux dirigés (TD-groupes de 28 étudiants) et travaux pratiques (TP-groupes de 14 étudiants)
- 600 heures de projets axés sur des situations professionnelles rencontrées dans les métiers visés
- Une évaluation sous forme de contrôle continu

Pour réaliser de nombreux travaux pratiques du B.U.T., les étudiants bénéficient non seulement de salles pédagogiques spécifiques, mais aussi d'équipements particuliers, notamment pour ce qui relève de la créativité et de l'audiovisuel.

## ➤ UNE DIMENSION PROFESSIONNALISANTE FORTE

- L'enseignement est assuré par des spécialistes disciplinaires, des chercheurs et des intervenants issus du monde de l'entreprise
- Une part importante de la formation est consacrée aux enseignements pratiques et aux mises en situation, notamment par le biais des challenges, internes et nationaux (participation des étudiants au Challenge national de la Publicité et de la Communication)
- La formation est proposée en alternance à partir de la deuxième année
- Le BUT Information-Communication confère une employabilité immédiate grâce à l'acquisition de compétences professionnelles reconnues.
- NB : la poursuite d'études est envisageable après le BUT, notamment en master ou dans des écoles spécialisées dans l'information et la communication.



## ➤ CONTACTS

- **DÉPARTEMENT INFO COM**  
IUT Besançon-Vesoul  
30 avenue de l'Observatoire  
25000 BESANÇON  
Secrétariat :  
03 81 66 68 41 / 61 20  
iut-infocom@univ-fcomte.fr  
Responsable de la formation :  
Valérie SPAGNUL-BCHIRI
- **SCOLARITÉ IUT**  
03 81 66 68 21/22/08  
scolitut25@univ-fcomte.fr
- **SEFOC'AL**  
03 81 66 61 21  
sefocal@univ-fcomte.fr
- **ORIENTATION STAGE EMPLOI**  
03 81 66 50 65  
ose@univ-fcomte.fr
- **MAISON DES ÉTUDIANTS**  
36 A avenue de l'Observatoire  
25030 BESANÇON cedex

➤ Retrouvez également l'IUT Besançon-Vesoul sur les réseaux sociaux

