

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

## INSERTION

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 des marques en agences de publicité, en agences médias, en agences conseils en communication, chez l'annonceur, en cabinets d'études qualitatives ou dans des studios de création ou de production.

**Ce professionnel possède des compétences stratégiques, créatives ou de production pour exercer les métiers de :**

- La direction artistique,
- La conception-rédaction,
- La direction de projets publicitaires,
- La planification stratégique,
- La communication digitale et social media,
- La réalisation d'études qualitatives,
- La commercialisation des campagnes publicitaires,
- L'expertise dans le domaine des médias,
- L'expertise dans le marketing digital, etc.

## OBJECTIFS PROFESSIONNELS

Le parcours Publicité forme des spécialistes de la **communication des marques** 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.

Pour cela, le BUT Publicité forme de futurs professionnels éclairés, agiles, conscients des problématiques actuelles (RSE, questions éthiques), des tendances de la société et au fait de l'évolution des médias.

## PUBLICS

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.

Formation  
ouverte à  
l'apprentissage  
en 3<sup>e</sup> année

## CANDIDATURES

La sélection s'effectue exclusivement sur dossier.

Le jury d'admission appréciera le cursus scolaire/universitaire, le parcours comportant les éventuelles expériences pré-professionnelles, le projet de formation motivé comportant l'exposé des démarches engagées pour connaître nos métiers, les réponses aux questions complémentaires (lien vers site dédié ou une vidéo personnelle de présentation, phrases-clés pour présenter sa candidature).

## ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

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 enseignements sont répartis en 5 grandes compétences :

- ☛ **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.

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.

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.

Le semestre 5 peut être validé dans le cadre d'une mobilité internationale.

## CONTACT

tél. secrétariat 05 57 12 20 40

mmipub@iut.u-bordeaux-montaigne.fr

