

## CANDIDATURE

Il comprend les éléments suivants : dossier scolaire et universitaire (notes et appréciations), attestations des expériences professionnelles et exemplaires des documents professionnels réalisés, lettre de motivation, CV, VAP si nécessaire.

Donnez votre point de vue argumenté (une page en traitement de texte de 25 à 30 lignes) sur un journal d'une collectivité territoriale (commune, ville, communauté urbaine, département, région...).

Fournir impérativement un exemplaire du journal ou du magazine analysé.

Donnez votre point de vue argumenté (une page en traitement de texte de 25 à 30 lignes) sur la page d'accueil du site internet d'une entreprise.

Fournir impérativement un tirage couleur de la page analysée. Vérifier qu'il comporte l'adresse et la date de consultation.

## MODALITÉS DE SÉLECTION

Information sur le site de l'IUT :

[www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr/etre-candidat/](http://www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr/etre-candidat/)

Attention aux dates limites de téléchargement et de dépôt

## TYPE DE FORMATION

Formation initiale (étudiants, apprentis)

Formation continue (salariés, demandeurs d'emploi, bénéficiaires d'un contrat de professionnalisation, etc.).

Pour en savoir plus, consultez le site de l'IUT.

[www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr](http://www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr)

candidature, apprentissage, modalités de sélection, formation initiale, formation continue, formation en alternance, coût de la formation, organisation et contenu de la formation, journée «portes ouvertes», actualités...

### IUT Bordeaux Montaigne

Communication des organisations  
1 rue Jacques Ellul  
33080 Bordeaux cedex - tél. 05 57 12 20 44

### Secrétariat Formation initiale

tél. 05 57 12 20 10  
communication-iut@u-bordeaux-montaigne.fr

### Secrétariat Formation continue et en alternance

tél. 05 57 12 21 45  
fc-communication-iut@u-bordeaux-montaigne.fr



Formation initiale, continue et en alternance

## Communication éditoriale et digitale

L'expérience de la polyvalence éditoriale

Licence Professionnelle  
Communication éditoriale  
et digitale.

Pour exercer ses talents en écriture, réaliser des supports imprimés, web et multimédia, rechercher l'information et piloter une équipe dans le cadre d'une politique éditoriale.

## INSERTION

À l'issue de la formation, les candidats doivent avoir pour objectif de s'insérer dans la vie active. Ils deviennent chargés d'édition, journalistes d'entreprise, chargés de communication, coordinateurs des supports imprimés et multimédia, secrétaires de rédaction, chargés de publication, animateurs web, responsables digital, chefs de projet éditorial, etc.

## PUBLICS

Cette licence est ouverte aux candidats de formation initiale originaires de toute la France, détenteurs d'un diplôme bac+2 minimum validé ou susceptible de l'être au moment de l'inscription. Elle peut aussi être suivie en formation continue ou en alternance via un contrat de professionnalisation ou d'apprentissage.

Les candidats de formation continue (salariés en congé formation, demandeurs d'emploi, bénéficiaires d'un contrat de professionnalisation, etc.) peuvent demander une validation des acquis professionnels (VAP) selon la nature, la durée et la qualité de leur expérience professionnelle.

La capacité d'accueil est de 20 places.

## SÉLECTION

La sélection se fait en deux temps :

Admissibilité sur dossier, admission après épreuves écrites et entretien.

Les examens d'entrée sont prévus mi-juin.

Une session spécifique pour les candidats de la formation continue est organisée mi-mai.

## OBJECTIFS PROFESSIONNELS

Les étudiants vont apprendre à :

**rechercher** et traiter l'information, **réaliser** des documents imprimés et des supports multimédia, **mobiliser** les techniques journalistiques et les techniques graphiques, **concevoir et diffuser** des contenus (presse écrite, web, écran, photographie et audiovisuel), **piloter** une équipe pour définir et animer une ligne éditoriale, **utiliser** les spécificités du web, animer les réseaux sociaux et gérer l'e-réputation, **participer** à la dimension stratégique de la communication.

## ORGANISATION

L'équipe est composée de sept enseignants chercheurs, d'un professionnel associé à mi-temps et d'une quinzaine de spécialistes de la communication. La formation nécessite de travailler régulièrement en équipes de projets.

Les étudiants doivent disposer d'un ordinateur personnel doté des logiciels adaptés.

## CONTENU

Les cours se déroulent tous les après-midis, ce qui permet d'être en entreprise ou institution le matin et de suivre la formation en alternance ou apprentissage avec un contrat de professionnalisation ou un contrat d'apprentissage.

Le bénéficiaire du contrat est à temps plein dans l'entreprise ou institution pendant les vacances universitaires et à compter de la mi-avril.

Ce mode de fonctionnement permet à l'étudiant d'être à l'entreprise tous les jours et de suivre les projets dans leurs longueurs.

550 h de cours et de projets pédagogiques

560 h en entreprise et ou institution

### Unités d'enseignement (UE)

#### UE1 : traitement de l'information

Présentation et emploi des techniques journalistiques et des techniques graphiques.

#### UE5 : communication des organisations

Diagnostic éditorial, plan de communication, stratégie digitale, conférences.

#### UE2+UE6 : instrumentation éditoriale

Apprentissage et utilisation des logiciels print, des logiciels web, des logiciels de traitement de l'image, initiation au montage audiovisuel.

#### UE3+UE7 : projets éditoriaux

Ateliers, études de cas, réalisations plurimédias (print, web, écrans).

#### UE4+UE8 : orientation et insertion professionnelles

Construction du projet professionnel, élaboration d'un rapport d'activité, seize semaines de stage.

Le rapport d'activité consiste pour chacun à valoriser son parcours. Sa présentation libre permet d'apprécier les acquis print et web. Il est présenté début septembre.

C'est un atout pour l'insertion professionnelle.

