

Présentation

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

Objectifs

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.

Établissement(s) cohabilité(s)/partenaire(s)

Contenu de la formation

- * 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.

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 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.

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.

En bref...

Langue d'enseignement :

Durée :
année(s)

Niveau d'études :

Formation à la langue
française :
Non

Admission / Recrutement

Compte tenu de la pandémie, la sélection s'effectue exclusivement sur dossier à partir des éléments suivants : cursus scolaire/universitaire, parcours comportant les éventuelles expériences pré- professionnelles et/ou, projet de formation motivé comportant l'exposé des démarches engagées pour connaître nos métiers, réponses aux questions complémentaires (lien vers site dédié ou une vidéo personnelle de présentation, phrases-clés pour présenter sa candidature). Pour postuler au sein de l'IUT, vous devez saisir vos vœux sur la plateforme Parcoursup.

Plus d'informations # **Être candidat-e**

Attention aux dates limites de téléchargement et de dépôt.

Public visé

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.

Tarifs et droits d'inscriptions

Se renseigner sur le site de l'IUT, rubrique # **Scolarité**

Les étudiants doivent justifier d'une assurance responsabilité civile.

Parcours professionnels

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 digitale en agences conseils en communication, en agences médias, chez les annonceurs.

Ce professionnel possède des compétences stratégiques, créatives ou de production pour exercer des fonctions de chef de publicité, planneur stratégique, consultant, chef de projet, concepteur-rédacteur, média-planneur, directeur artistique, responsable marketing, etc.