

Le coût de la formation

Droits d'inscription universitaire, plus sécurité sociale étudiante, et éventuellement mutuelle.

Le coût du déplacement et de l'hébergement pendant les stages est à la charge des étudiants.

Renseignements sur le site de l'IUT :
www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr

Informations sur les financements

Demandes de bourses d'enseignement supérieur et de logement en cité universitaire.

Les dossiers doivent être saisis sur le site :

www.crous-bordeaux.fr

Date limite de dépôt : **fin avril**

Demandes d'aide financière

● **Candidats inscrits au Pôle emploi** : Plan action pour la recherche d'emploi (Pare) : s'adresser à votre agence.

● **Stage d'insertion et de formation à l'emploi (Sife)** : Adressez-vous au Pôle emploi dont vous dépendez.

● **ASP (Agence de Services et de Paiement)** : si vous êtes privé d'emploi et non indemnisé par le Pôle emploi, adressez-vous au secrétariat de l'IUT.

● **RSA** : formation dans le cadre d'un contrat d'insertion. Adressez-vous à la Commission locale d'insertion.

● **ARF** : s'adresser au Pôle emploi.

● **Candidats salariés en activité** : CIF (Congé Individuel de Formation) : adressez-vous à votre employeur.

À SAVOIR

Le processus publicitaire... et notre formation

Les étapes d'un plan de campagne = Les techniques à maîtriser

● Le brief-client et la relation client-agence

Réflexion et débat entre l'agence et l'annonceur sur les objectifs de la campagne.



● L'analyse et les études

Le client, le produit, la marque, la concurrence, le marché et la clientèle, l'environnement, l'air du temps, les contraintes.



● La réflexion stratégique

Plan marketing opérationnel, objectifs marketing et de communication, définition et description de la cible positionnements possibles, sélection des messages, mise en cohérence de l'ensemble.



● La recommandation

Stratégie publicitaire, stratégie créative et stratégie des moyens (média et hors média), construction du budget des actions préconisées.



● Le suivi de production

Sélection des fournisseurs, suivi de leur travail, compréhension des devis et des factures...



● La vente de la campagne

Expression gestuelle et parlée, langues, outils professionnels.

Diplôme Universitaire de Technologie

PUBLICITÉ

LE TREMPLIN VERS
LE MONDE DE LA
PUBLICITÉ ET DES
MÉDIAS

Deux ans pour former les jeunes professionnels de la publicité dont les entreprises ont besoin.

PUB

32 places sont ouvertes dans le cycle en deux ans.

Le recrutement se fait après admissibilité sur dossier et réussite aux épreuves d'admission.

Objectifs

Nous insistons sur la synergie entre formation généraliste et technologique. Leur complémentarité est indispensable dans tous les métiers de la communication. Cette formation courte suppose donc ouverture d'esprit et curiosité pour toutes les activités contemporaines (économiques, artistiques, sociales et technologiques). Elle exige également densité de travail et investissement personnel. Les semaines de cours peuvent être chargées et denses (des cours peuvent avoir lieu le samedi).

Les atouts de « PUB Bordeaux »

Chaque année comprend 30 semaines d'enseignement. À partir de la 6^e semaine, des recommandations publicitaires sont programmées. Ces présentations font notre valeur ajoutée, elles sont primordiales dans l'apprentissage et l'insertion professionnelle.

De nombreuses conférences sont organisées tout au long de la formation pour permettre un contact direct avec l'environnement professionnel.

Contenu de la formation

Communiquer en professionnel

Il s'agit d'acquérir des connaissances, des méthodes et des savoir-faire permettant au futur publicitaire de communiquer avec ses interlocuteurs, de se préparer à utiliser des techniques de communication propres à la publicité.

- **Technique d'expression** (écrite, orale)
- **Langues vivantes étrangères écrite et orale** (anglais obligatoire en LV1 et choix de LV2 espagnol ou chinois)
- **Culture numérique, et médias sociaux**

Comprendre l'environnement professionnel

Par environnement professionnel, on entend aussi bien celui du service de publicité (agence ou annonceur) que l'ensemble du monde économique. Ce centre d'intérêt apporte une formation aux données économiques qui conditionnent l'exercice du métier de publicitaire.

Les modules qui le composent constituent un aspect de la culture générale du publicitaire, ce qui lui permettra de progresser dans son métier, de changer plus facilement d'entreprise, de créer son entreprise.

- **Sociologie**
- **Histoire de l'art, communication visuelle**
- **Environnement économique et juridique**
- **Veille et intelligence économique, gestion de projet**

Maîtriser les méthodes et pratiques professionnelles

Ce centre d'intérêt apporte aux étudiants la connaissance, la méthode et le savoir-faire professionnels. Il leur donne une formation spécialisée mais ne sera pas pour autant isolé des autres domaines d'enseignement.

- **Stratégie marketing, stratégie de communication**
- **Création publicitaire, conception rédaction, storytelling**
- **Multimédia et Web, webmarketing et stratégie digitale**
- **Production audiovisuelle et PAO**

Débouchés

Former des publicitaires généralistes capables de trouver un emploi aussi bien en agences conseils qu'en agences médias ou chez les annonceurs. Ce professionnel possède des compétences correspondant au poste d'assistant. Avec l'acquisition d'expérience, il évolue vers les fonctions commerciales, stratégiques, créatives ou de production, notamment : chef de publicité, planneur stratégique, consultant, animateur de communauté, chef de projet, concepteur-rédacteur, média-planneur, directeur artistique, responsable marketing.

Dossier de candidature

Dépôts des candidatures : du 20 janvier au 20 mars

- Site postbac : www.admission-postbac

Peuvent déposer un dossier :

Les élèves de terminale toutes séries (sans attendre les résultats du bac), les bacheliers, les étudiants déjà inscrits à l'université, les non-bacheliers.

Les dossiers sont sélectionnés selon les critères suivants :

-**pour les élèves de terminale** : bulletins scolaires de 1^{re} et de terminale, notes du bac de français et expériences liées aux métiers de la publicité (démarches vers les agences ou prestataires de la pub, imprimeurs, photogreveurs, photographes, réalisateurs, etc.).

-**pour les bacheliers** : bulletins scolaires de 1^{re} et de terminale, notes du bac, éventuelles attestations d'inscription à l'université et notes obtenues, expériences pré-professionnelles.

-**pour les non-bacheliers** : expériences professionnelles et acquis personnels (stages en entreprises).

Il sera pris en compte la motivation du candidat, les expériences pré-professionnelles, le projet professionnel et les démarches pour connaître le métier : tout élément montrant votre motivation pourra être rajouté au dossier de candidature.

Examens et sélection des dossiers de candidature

-**Résultats de la sélection des dossiers et envoi des convocations** par courrier électronique : à partir de mi-avril

-Épreuve d'admission deuxième quinzaine de mai.

-Le jury est composé d'enseignant et de professionnels associés à l'IUT.

-L'épreuve se compose d'un test de culture générale, puis d'un entretien au cours duquel **le jury évaluera votre esprit d'analyse et votre motivation.**