

# B.U.T.



Information Communication

PARCOURS

Communication des organisations  
Publicité

2026

# 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 à partir de la 2<sup>e</sup> année, projet personnel et professionnel, challenges...



## STAGES & ALTERNANCE

### Stages

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 (milieu 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 PLUS 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 œuvre des politiques de communication. Pour cela, ils créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils 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 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 plus 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 Marie et Louis Pasteur : [www.umlp.fr](http://www.umlp.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 6 semestres, s'organise ainsi :

- 800 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, régionaux et nationaux (participation des étudiants aux Challenges nationaux : en Publicité et en 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 B.U.T., notamment en master ou dans des écoles spécialisées dans l'information et la communication.



## CONTACTS

**DÉPARTEMENT INFO COM**  
IUT Besançon-Vesoul-Dole  
30 avenue de l'Observatoire  
25000 BESANÇON

Secrétariat :  
03 81 66 68 41 / 61 20  
iut-infocom@umlp.fr

Responsable de la formation :  
François PARISOT

**SCOLARITÉ IUT**  
03 81 66 68 21/22  
scolut25@umlp.fr

**SEFOC'AL**  
03 81 66 61 21  
sefocal@umlp.fr

**ORIENTATION STAGE EMPLOI**  
03 81 66 50 65  
ose@umlp.fr

**MAISON DES ÉTUDIANTS**  
03 81 66 66 99