

# BUT Information et Communication en 2 ans

## Option : Communication des organisations

### Type de contrat

Contrat d'apprentissage

### Durée de la formation

24 mois  
1050 heures

**ECTS\*** : 120

\*Système européen de transfert et d'accumulation  
de crédits

### Formation délivrée par



## ► Objectifs

Former des professionnels de la communication externe ou interne pouvant exercer dans tous types d'organisation : agence, entreprise, collectivité locale, association.

Une priorité sera donnée tout au long de la formation au développement des usages du numérique.

Il s'agit ainsi d'accorder au numérique une dimension transversale dans les modes d'acquisition de compétences en information communication (« e-compétences ») afin de répondre aux évolutions et pratiques du secteur.

### Métiers visés :

- Assistant / chargé de communication Conseil en relations médias
- Assistant / chargé de relations publiques
- Assistant / chargé de communication événementielle Assistant / responsable de la communication interne Assistant / chargé de clientèle
- Rédacteur / concepteur

## ► Accès au diplôme

La formation s'adresse aux étudiants ayant validé les semestres 1 et 2 du BUT Information et Communication.

**Admission** : sur étude du dossier et entretien

**Dépôt de candidature** : jusqu'à fin mai

Vous pouvez télécharger le dossier de candidature sur le site internet du CFA EVE [www.cfa-eve.fr](http://www.cfa-eve.fr) ou en faire la demande auprès du secrétariat pédagogique.

## ► Rythme d'alternance

1 semaine en formation / 1 semaine en entreprise

**Rentrée** : septembre

**Modalités pédagogiques** : Méthodes mobilisées : L'acquisition des compétences et des connaissances se fait au travers de cours magistraux, de travaux dirigés, de travaux pratiques, de travaux de groupe et de mises en situation professionnelle.

## ► Contacts

**Responsable pédagogique** : Marc Bourgois - [m.bourgois@iut.univ-paris8.fr](mailto:m.bourgois@iut.univ-paris8.fr) / Cyril Jacquel - [c.jacquel@iut.univ-paris8.fr](mailto:c.jacquel@iut.univ-paris8.fr)

**Contact administratif** : [apprentissage@iut.univ-paris8.fr](mailto:apprentissage@iut.univ-paris8.fr) - Tél. : 01 48 70 34 68

**Contact CFA EVE** : Chargé(e) des relations entreprises : ASSELIE Kenny-Jones - [kj.assellie@cfa-eve.fr](mailto:kj.assellie@cfa-eve.fr) - Tél : 01 60 79 56 04 / Référent(e) handicap : DARRAC Elodie - [e.darrac@cfa-eve.fr](mailto:e.darrac@cfa-eve.fr) - Tél : 01 60 79 54 00 / [En savoir +](#)

## ► Lieu(x) de formation

---

Université Paris 8 - IUT de Montreuil  
140 rue de la Nouvelle France  
93100 MONTREUIL



## Programme de la formation

---

### Semestre 3

---

#### UE3.1 - Progression en expression et langues

---

- Expression écrite et orale
- Anglais

#### UE3.2 - Prolongement professionnel

---

- Droit de l'information et de la communication
- Outils de communication numérique
- Projet tutoré 1

#### UE3.3 - Prolongement des méthodes et pratiques

---

- Audiovisuel
- Techniques de gestion
- Marketing
- Communication événementielle
- Stratégies de communication

#### UE3.4C - Modules complémentaires

---

- Ecrire pour le web
- Communication de crise, financière, responsable...
- Communication interculturelle
- Mécénat et sponsoring

### Semestre 4

---

#### UE4.1 - Conclusion en expression et langues

---

- Expression/préparation au mémoire
- Anglais

#### UE4.3C - Consolidation des méthodes et pratiques

---

- Gestion des ressources humaines
- Webmarketing
- Communication numérique

#### UE4.4C - Modules complémentaires de continuation

---

- Analyse de l'actualité
- Communication culturelle
- Création d'entreprise
- Sociologie de la consommation

- Projet tutoré 2
- Activités professionnelles

### Blocs de compétences

#### **Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international**

- Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal
- Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines
- Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel
- Articuler les ressources de différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service
- Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production
- Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation
- Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix ou ses actions
- Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions
- Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions

#### **Informier et communiquer au sein des organisations**

- Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication
- Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle
- Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication
- Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles
- Traiter les données collectées pour les transformer en information en vue de son exploitation et de sa diffusion
- Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande
- Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels
- S'approprier les théories de l'info-com et l'histoire des techniques et des arts graphiques pour évaluer sa pratique et l'adapter à de nouveaux contextes et outils

#### **Concevoir une stratégie communication**

*Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias :*

- Faire l'expérience d'une construction de plan de communication
- Identifier et différencier les secteurs et les marchés
- Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables
- Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet
- Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle
- Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social media, dans le respect du cadre réglementaire du secteur
- Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle

*Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire*

- Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions
- Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation
- Décliner un plan de communication en interne

Définir une stratégie de relations "publics" et presse

- Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels

## **Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)**

- Identifier les moyens de communication (média, print, numérique, événementiel)
- Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
- Utiliser les outils informatiques pour produire des documents simples
- Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple
- Réaliser des supports visuels (print, web) et audio
- Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel)
- Gérer des systèmes de gestion de contenus (CMS)
- Produire des textes et des documents en conformité avec une ligne éditoriale
- Réaliser un audit des moyens de communication
- Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus
- Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels
- Optimiser le contenu éditorial (à destination de publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation CRM)
- Garantir le respect des objectifs: coûts, qualité, délais

## **Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers,, clients...)**

- Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
- Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet
- Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées
- Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité
- Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP)
- Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants
- Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication
- Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme
- Adapter les procédures lors d'une situation de changement
- Piloter des démarches d'amélioration continue
- Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)

## **Usages numériques**

- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

## **Exploitation de données à des fins d'analyse**

- Identifier, sélectionner et analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. · Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. · Développer une argumentation en faisant preuve d'esprit critique.

## **Expression et communication écrites et orales**

- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. · Communiquer par oral et par écrit, de façon claire, dans au moins une langue étrangère.

## **Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle**

- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives · Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale · Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet · Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique · Prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.

## **Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel**

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder · Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte · Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

# Public concerné

---

## Contrat d'apprentissage

---

- Avoir moins de 30 ans à la date de début du contrat,
- **et** être de nationalité française, ressortissant de l'UE, ou étranger en situation régulière de séjour et de travail.

---

La formation est gratuite pour l'alternant.

### ▶ Qui peut accueillir un jeune en contrat d'apprentissage ?

---

- **Toute personne physique ou morale de droit privé, assujettie ou non à la taxe d'apprentissage** : les entreprises, les sociétés civiles, les groupements d'intérêt économique, les associations...
- **Toute personne morale de droit public dont le personnel ne relève pas du droit privé** : l'État, les collectivités territoriales, les établissements publics...

# Marche à suivre

---

1. Candidater via le site du CFA, [www.cfa-eve.fr](http://www.cfa-eve.fr) ou directement auprès des écoles / universités partenaires concernées.
  2. Rechercher activement une structure d'accueil et répondre aux offres de nos partenaires.
  3. L'inscription n'est définitive qu'à la signature du contrat d'apprentissage.
-