Bachelor Universitaire de Technologie (B.U.T)

Information Communication (INFOCOM)

Structure générale

Un B.U.T est défini par une spécialité et un parcours.
Les 24 spécialités de B.U.T. sont les 24 spécialités de DUT actuelles ; Les actuelles options de DUT vont disparaître au bénéfice de la création de parcours ;
Un parcours, dans une spécialité est défini par 4 à 6 compétences finales (par souci d'homogénéité et de lisibilité, privilégier 5 compétences), entendues comme des « savoirs agir complexes » mis en œuvre dans un contexte professionnel et qui mobilisent des ressources acquises au cours du cursus ;
Chaque compétence finale est déclinée par niveau tout au long du parcours. Chaque niveau se développe sur 2 semestres d'une même année ;
Chaque spécialité de B.U.T. proposera 1 à 5 parcours.
Les parcours sont des « spécialisations » progressives qui permettent de viser un champ de compétences particulier au sein d'une spécialité.
Le choix du parcours se fait à partir de la 2nde année. Seules 3 spécialités offrent des parcours dès la 1ère année : Génie biologique, Information Communication, Carrières Sociales.

Organisation des enseignements

Le Bachelor Universitaire de Technologie comprend des activités de formation correspondant pour l'étudiant à l'équivalent de 2 000 heures d'enseignement encadré pour les spécialités du secteur d'activités « production », et de 1 800 heures d'enseignement encadré pour les spécialités du secteur d'activités « services ».
Des activités dirigées sont proposées aux étudiants. Elles correspondent à un total de 600 heures de projets tutorés et de 22 à 26 semaines de stages.
Les parcours conduisent à la licence professionnelle (au B.U.T.). Ils intègrent enseignements théoriques, enseignements pratiques, mises en situation professionnelle, apprentissage de méthodes et d'outils, périodes de formation en milieu professionnel, notamment stages et projets tutorés individuels ou collectifs.

Délivrance du diplôme

Le diplôme portant mention du « Bachelor Universitaire de Technologie » et de la spécialité correspondante, est délivré par le président de l'université. Le diplôme est délivré sur la base du contrôle continu. Une validation des connaissances est organisée à la fin de chaque semestre (30 crédits par semestre). Le BUT correspond à 180 crédits européens soit un niveau bac + 3.
Les deux premières années du B.U.T. (les 120 ECTS correspondants) conduisent à la délivrance du DUT, diplôme intermédiaire de niveau de qualification 5. La délivrance du DUT est conditionnée à l'obtention des 120 premiers ECTS de la spécialité de B.U.T. équivalente.

Le B.U.T Information Communication

Le BUT Information-Communication a pour objectif est de former des étudiantes et étudiants destinés à exercer une activité professionnelle technologique dans le secteur de l'information et de la communication.

- **Parcours « Communication des organisations » :** forme des communicants dont la tâche est de valoriser l'image d'organisations dans lesquelles ils travaillent ou pour lesquels ils sont engagés. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre des politiques de communication. Pour cela, ils ou elles créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils ou elles 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.
- **Parcours « Information numérique dans les organisations » :** forme des spécialistes du traitement et de la valorisation de l'information. Ils ou elles sont appelés à mettre en place des dispositifs d'accès à l'information pour tous les acteurs des organisations pour lesquelles ils travaillent. Ces spécialistes mènent des actions de communication autour des ressources documentaires et des services offerts. Ils ou elles accompagnent les usagers dans leurs recherches d'information ou les forment à utiliser des outils dédiés (moteurs de recherche, catalogues...).
- **Parcours « Journalisme » :** forme des spécialistes de l'information qui ont pour objectif de rendre compte de l'actualité en apportant leur propre analyse et leur éclairage. Ils ou elles possèdent les savoirs nécessaires à la mise en perspective de l'événement, et choisissent des outils et des techniques de traitement de l'information en fonction des différents publics et des supports. Ils ou elles maîtrisent les différents genres journalistiques, la hiérarchisation de

l'information, la construction d'angles de traitement, les pratiques rédactionnelles et les exigences techniques spécifiques à chaque média (presse écrite, print et web, radio et télévision...).

- **Parcours « Métiers du livre et du patrimoine » :** A pour objectif de former des médiateurs ou médiatrices spécialisés dans la promotion et la diffusion des livres, revues ou autres documents (image, son, vidéo, électronique) ainsi que des fonds patrimoniaux. Ils ou elles peuvent constituer et gérer un fonds en bibliothèque, prendre en charge la gestion d'une librairie, participer à la diffusion et la production éditoriale dans une maison d'édition, ou assurer la médiation d'un fonds dans les musées.

- **Parcours « Publicité** » : forme des spécialistes de la communication autour des questions de la stratégie publicitaire, du marketing et de la créativité. Ils ou elles 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.

Profil des candidats

La formation s'adresse aux étudiants titulaires d'un diplôme de niveau Bac et plus particulièrement aux titulaires de :

- Bacs généraux
- Bacs technologiques

Compétences

La formation est organisée en blocs de compétences. Des blocs de compétences sont communs à tous les parcours et correspondent à l'acquisition des connaissances et des savoirs faire et des blocs spécifiques à chaque parcours.

Compétences communes

- **Décrypter**
  - 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

- **Partager**
  - 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

Compétences spécifiques

- **Parcours « Communication des organisations »**
  - **Concevoir une stratégie**
    - 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
  - **Élaborer des moyens**
    - Identifier les moyens de communication
    - Utiliser les moyens de communication selon des tendances artistiques et culturelles
    - Utiliser les outils informatiques
    - Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges
  - **Piloter les relations**
    - Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données
    - Rechercher des éléments chiffrés pour encadrer la faisabilité d'un projet
    - Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées

- **Parcours « Information numérique dans les organisations »**
  - **Déployer**
    - Décrypter les objectifs et les stratégies informationnelles de l'organisation
    - Identifier les pratiques informationnelles de l'organisation et des usagers

- Décrire le contenu d'une ressource documentaire dans une base de données
- Organiser, structurer les ressources documentaires et leurs fonctionnalités
- Tirer parti du fonctionnement d'un système d'information

- **Veiller**
  - Rechercher et gérer de l'information spécialisée
  - Évaluer la fiabilité et la qualité des sources
  - Mettre en place une collecte automatisée

- **Parcours « Journalisme »**
  - **Garantir**
    - Caractériser la place des journalistes dans la production de l'information
    - Identifier les textes juridiques encadrant la liberté d'expression et l'activité des journalistes
    - Analyser l'évolution des chartes et leur rôle dans la constitution du journalisme
    - Repérer les formes et les stratégies d'ingérence et d'influence
    - Repérer et analyser clichés et stéréotypes
  - **Chercher**
    - Créer un réseau de contacts institutionnels et individuels
    - Extraire, collecter et hiérarchiser les informations
    - Réaliser une interview
    - Utiliser les bases du fact-checking
    - Assurer un suivi de l'actualité
    - Concevoir un système de veille informationnelle
    - Protéger les diverses sources d'information
  - **Produire**
    - Assimiler la notion d'angle en journalisme
    - S'initier aux écritures pour le print, la radio, l'audio-visuel et le web
    - S'initier aux techniques de production journalistique
    - Appréhender les notions de ligne éditoriale et de public cible
    - Prendre en compte les contraintes organisationnelles

- **Parcours « Métiers du livre et du patrimoine »**
  - **Développer**
    - Évaluer l'écosystème des domaines culturels, ses acteurs, ses logiques et son évolution historique
    - Interroger les littératures et l'histoire culturelle (histoire de l'art, histoire du patrimoine)
    - Appliquer les politiques culturelles des organisations pour développer l'offre
    - Différencier les étapes de la conception et de la production éditoriales, multisupports
  - **Organiser**
    - Décrire l'offre par les métadonnées
    - Appréhender les logiques de mise en espace de
    - Se sensibiliser au relationnel clients et usagers
    - Identifier les supports, médias et canaux de communication

- **Parcours « Publicité »**
  - **Comprendre**
    - Connaître le comportement du consommateur
    - Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet
    - Comprendre et qualifier une identité de marque
    - Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque
  - **Concevoir**
    - S'initier aux méthodes de créativité
    - User des codes de communication et de leur
    - Utiliser les logiciels PAO
    - Mobiliser une large culture artistique
  - **Déployer**
    - Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences….
    - Se saisir de l'actualité publicitaire et mener une veille des tendances publicitaires
    - Identifier et caractériser un contexte particulier et le besoin d'un annonceur
    - Connaître les enjeux juridiques, éthiques et déontologiques de la publicité

Compétences générales

- Avoir une maitrise du français permettant de communiquer à l'écrit et à l'oral de façon adaptée, de comprendre un énoncé, de l'analyser et de rédiger une solution,
- S'intéresser à l'actualité politique, économique, culturelle, littéraire, environnementale, technologique ...
- Posséder les bases de l'anglais et d'une autre langue vivante étrangère permettant d'envisager des ouvertures à l'international : échanger à l'oral,

lire et comprendre un texte, répondre aux questions écrites et orales,
- Être capable d'évoluer dans un environnement numérique et détenir des connaissances de base en bureautique.

Compétences techniques et scientifiques
- Savoir élaborer un raisonnement structuré, critique et adapté pour répondre à une situation-problème,
- Manifester de l'intérêt et de la motivation parmi les domaines suivants :
- Communication, médias, traitement de l'information, culture numérique médiation culturelle et scientifique,
- Sociologie, philosophie, littérature, histoire,
- Économie, marketing, gestion, droit,
- Web, réseaux sociaux numériques,
- Conception graphique, réalisation audiovisuelle.

Qualités humaines
- Voir une première réflexion sur son projet professionnel,
- Faire preuve d'esprit d'équipe et savoir s'intégrer dans les travaux de groupe via les projets et les travaux pratiques,
- Être organisé et rigoureux,
- Être curieux et ouvert d'esprit.

Stage

Les étudiants accomplissent pendant leur formation 8 à 12 semaines de stage sur les 4 premiers semestres, puis 12 à 16 semaines sur la dernière année (dans la limite 22 à 26 semaines pour l'ensemble du B.U.T.). Chaque stage donne lieu à la rédaction d'un rapport qui doit être présenté lors d'une soutenance. Il permet de mettre en pratique les acquis de la formation, de s'intégrer dans une entreprise. Les stages peuvent être effectués à l'étranger.
L'encadrement des stages est assuré par les membres de l'équipe pédagogique en coordination avec l'organisme d'accueil. Cet encadrement recouvre en particulier la validation des missions, le suivi régulier du stagiaire et son évaluation.

Débouchés professionnels

- **Parcours « Communication des organisations »**
  - Chargé de communication / Chargé de communication web
  - Chargé des relations publics / des relations presse
  - Chef de projet événementiel
  - Planneur stratégique
  - Animateur de communauté (community manager)
  - Webmaster éditorial
  - Web designer
- **Parcours « Information numérique dans les organisations »**
  - Documentaliste
  - Archiviste numérique
  - Chargé(e) de veille informationnelle
  - Content manager
  - Chargé(e) de l'e-réputation et des réseaux sociaux
- **Parcours « Journalisme »**
  - Journaliste d'entreprise,
  - Journaliste de presse radiophonique,
  - Journaliste sportif(tive),
  - Journaliste spécialisé(e).
- **Parcours « Métiers du livre et du patrimoine »**
  - Bibliothécaire,
  - Documentaliste,
  - Agent commercial et représentant d'éditeur,
  - Assistant d'édition,
  - Assistant responsable marketing,
  - Chargé de communication en maison d'édition…
- **Parcours « Publicité »**
  - Assistant chef de publicité,
  - Concepteur-rédacteur,
  - Directeur artistique,
  - Média-planneur,
  - Community manager,
  - Concepteur de contenus multimédias.

Poursuite d'études

- Licences professionnelles réparties dans trois domaines : Métiers de la communication, Métiers de l'information, Métiers du livre.
- Master
- Ecoles de communication

Etablissements

- **Parcours « Communication des organisations »**
  - ✓ I.U.T Toulouse (site Ponsan)
  - ✓ I.U.T Rodez

Et aussi :

- ✓ I.U.T Besançon-Vesoul
- ✓ I.U.T Bordeaux Montaigne
- ✓ I.U.T Grand Ouest Normandie (Site d'Ifs)
- ✓ I.U.T Dijon-Auxerre-Nevers (site de Dijon)
- ✓ I.U.T Grenoble 2
- ✓ I.U.T La Roche-sur-Yon
- ✓ I.U.T Lille (site de Tourcoing)
- ✓ I.U.T Lannion
- ✓ I.U.T Montreuil
- ✓ I.U.T Jean Moulin Lyon 3
- ✓ I.U.T Nice (site de Cannes et Sophia-Antipolis)
- ✓ I.U.T de Paris (Rives de Seine)
- ✓ I.U.T Nancy Charlemagne
- ✓ I.U.T Illkirch
- ✓ I.U.T Tours

- **Parcours « Information numérique dans les organisations »**
  - ✓ I.U.T Toulouse (site de Pousan)

  Et aussi :
  - ✓ I.U.T Bordeaux Montaigne
  - ✓ I.U.T Grenoble 2
  - ✓ I.U.T Le Havre
  - ✓ I.U.T Jean Moulin Lyon 3
  - ✓ I.U.T Nancy Charlemagne
  - ✓ I.U.T Tours
  - ✓ I.U.T Illkirch

- **Parcours « Journalisme »**
  - ✓ I.U.T Nice (site de Cannes et de Sophia-Antipolis)
  - ✓ I.U.T Lannion
  - ✓ I.U.T Clermont (site de Vichy)

- **Parcours « Métiers du livre et du patrimoine »**
  - ✓ I.U.T Toulouse (site de Ponsan)

  Et aussi :
  - ✓ I.U.T Aix-Marseille (site d'Aix en Provence)
  - ✓ I.U.T Bordeaux Montaigne
  - ✓ I.U.T Dijon-Auxerre-Nevers (site de Dijon)
  - ✓ I.U.T Grenoble 2
  - ✓ I.U.T La Roche-sur-Yon
  - ✓ I.U.T Lille (site de Tourcoing)
  - ✓ I.U.T Le Havre
  - ✓ I.U.T de Paris (Rives de Seine)
  - ✓ I.U.T Nancy Charlemagne
  - ✓ I.U.T Ville d'Avray-Saint-Cloud-Nanterre (site de Saint-Cloud)

- **Parcours « Publicité »**
  - ✓ I.U.T Illkirch *
  - ✓ I.U.T Besançon-Vesoul (site de Besançon)
  - ✓ I.U.T Bordeaux Montaigne
  - ✓ I.U.T Grand Ouest Normandie (site d'Ifs)
  - ✓ I.U.T Le Havre
  - ✓ I.U.T de Paris (Rives de Seine)
  - ✓ I.U.T Nancy Charlemagne

* Formation également disponible avec une section double diplôme Franco-Allemand

Les C.I.O en Occitanie

N'hésitez pas à rencontrer un psychologue de l'Education Nationale (PSY-EN).

Les centres d'information et d'orientation dans l'académie de Montpellier & de Toulouse