



Taux de réussite **98%**

Diplômés 2024 (hors démissions en cours d'année)

SITE DE CANNES

📍 Campus Georges Méliès,
214 avenue Francis Tonner

✉ iut.dept-infocom.co@univ-cotedazur.fr

☎ 04 89 15 33 02

🌐 iut.univ-cotedazur.fr

LES +

- Conférences professionnelles
- Organisation d'actions de communication (projets tutorés)
- Forte présence du web, de l'audiovisuel
- Participation au Challenge de la Pub.

PRÉSENTATION

OBJECTIF DE LA FORMATION

La formation en communication, théorique et pratique, vise à transmettre une bonne connaissance des techniques d'expression (écrit, image, son, numérique), des stratégies de communication, des supports (médias, hors médias, réseaux sociaux).

Le chargé de communication exerce une activité de médiation visant à assurer le relais entre des organisations et des publics, par la diffusion de contenus informationnels.

Il développe des actions de communication vers des cibles variées, en cohérence avec la stratégie générale de l'organisation à laquelle il appartient ou par laquelle il est mandaté. Il conçoit et rédige les messages dans un langage et un style adaptés aux destinataires de la politique de communication et développe des relations avec des partenaires divers (institutions, journalistes, etc).

MODALITÉS D'ADMISSION

Sélection

Examen du dossier

Prérequis

- Bac général
- Bac technologique

Date limite de dépôt du dossier de candidature

Suivre les calendriers :

- Parcoursup pour entrée en BUT 1
- Ecandidate pour entrée en BUT 2 & 3

Tarifs : voir rubrique scolarité

Préparation du diplôme

- Formation traditionnelle :
en 1^{re}, 2^e et 3^e années
Stages : 4 semaines en 1^{re} année,
8 semaines en 2^e année,
12 semaines en 3^e année
- Formation en alternance en 3^e année
- Formation professionnelle continue

FORMA SUP
MÉDITERRANÉE



COMPÉTENCES

L'objectif du diplôme est de valider 5 compétences acquises progressivement sur 3 ans :

- Analyser les pratiques et enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international
- Informer, communiquer au sein des organisations
- Concevoir une stratégie de communication
- Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)
- Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients).

ORGANISATION

Les enseignements se déroulent sous la forme de cours magistraux, travaux dirigés, travaux pratiques, visites sur site, participation à des séminaires et à des conférences.

PROGRAMME (extrait)

- Histoire des médias, sciences de l'information et de la communication, culture graphique, droit du travail & de l'information-communication, économie
- Outils numériques, infographie, image et son, création graphique, plan de communication, marketing & webmarketing, communication événementielle et gestion de projet opérationnel, webdesign, data management
- Anglais, LV2, linguistique, sémiologie.

Modalités de contrôle des connaissances et des compétences : contrôle continu intégral

Durée de la formation : 3 ans

Possibilité de valider un ou des blocs de compétences : non

Capacité d'accueil en 1^{re} année (rentrée 2024) : 84

Niveau d'équivalence du diplôme : BAC +3

ET APRÈS

- **Poursuite d'études :** écoles de communication, masters
- **Insertion professionnelle**

MÉTIERS

Chargé de communication, rédacteur, chargé des relations presse, community manager, web designer, chef de publicité, média planner, au sein d'entreprises des secteurs public et privé et dans des agences conseils en communication.