

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 2689**

### Intitulé

DUT : Diplôme universitaire de technologie Information-Communication option Publicité

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Le recteur de l'académie, chancelier des universités, le Président de l'université ou le Directeur de l'IUT

### Niveau et/ou domaine d'activité

**III (Nomenclature de 1967)**

**5 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

321 Journalisme et communication

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Ce professionnel maîtrise les méthodes et les outils de communication, de marketing et de réalisations publicitaires. Il réalise en amont des études quantitatives et qualitatives sur les différents marchés qui serviront à déterminer les arguments, supports et moyens publicitaires pertinents. Il participe à l'élaboration de la stratégie de communication d'un annonceur : étude et définition des cibles, des objectifs, de l'axe et des thèmes publicitaires, teneur du message et répartition du budget.

Il suit enfin les différentes étapes de la fabrication, veille au respect des délais, recherche les supports publicitaires, achète les espaces et temps publicitaires....

#### • **Compétences ou capacités communes à toutes les options de la spécialité InfoCom**

Maîtriser la langue française, tant rédaction qu'expression orale ; adapter un message au public.

Parler, écrire, lire en anglais et dans une autre langue vivante, se situer dans les cultures étrangères ; maîtriser le lexique professionnel ; trouver un stage, un emploi ou des études dans un pays étranger

Porter une attention particulière, développer et approfondir ses connaissances en SHS ; décrypter le monde contemporain ; mettre en œuvre une méthodologie de recherche par la réalisation d'un mémoire universitaire et professionnel de fin d'études.

Utiliser l'Internet, les logiciels de bureautique et de Pao, mettre en ligne de l'information. Identifier, produire, collecter, gérer les informations utiles ; utiliser les nouveaux outils numériques. Travailler en mode projet ; mettre en œuvre une méthodologie de conduite de projet.

#### • **Maîtrise du langage et des discours**

Mettre en œuvre des notions de sémiologie de l'image. Utiliser les procédés rhétoriques et stylistiques. Analyser les discours et les images fixes et animées.

#### • **Construction d'un réseau professionnel**

Décrypter son environnement professionnel, technique et réglementaire. Faire de la veille informationnelle et concurrentielle. Suivre l'actualité du secteur de la communication et des médias. Entretenir un réseau de prestataires : journaliste, imprimeur, infographiste, créateur de sites web...

#### • **Etude et définition d'une stratégie marketing et commerciale**

Analyser l'environnement. Mettre en place une méthodologie adaptée. Intégrer la stratégie marketing d'une organisation. Réaliser des études de marché. Elaborer, interpréter un *mix-marketing*. Expliciter les valeurs et le territoire d'une marque. Appréhender le webmarketing, le marketing des réseaux sociaux et le marketing alternatif. Optimiser la relation client ; négocier avec un fournisseur.

#### • **Conception d'une stratégie de communication publicitaire**

Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur. Mener une analyse de l'existant en termes d'image et de communication produit. Identifier problématique de communication et y répondre. Poser un diagnostic. Proposer solution/ méthode adaptées (objectifs, messages, cibles, supports).

#### • **Conception de messages écrits, audiovisuels, numériques...**

Créer et adapter les messages aux objectifs définis. User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image fixe ou animée...). Utiliser les méthodes de stratégie créative. Décliner et adapter les messages aux différents supports (radio, web, applications mobiles, *print*, réseaux sociaux...). Intégrer les contraintes législatives et réglementaires. Développer créativité et sens esthétique. Formuler des idées et des concepts créatifs, et les justifier.

#### • **Réalisation de produits et supports de communication écrits, audiovisuels, numériques...**

Administrer le contenu d'un site web. Animer un blog ou une page sur un réseau social. Référencer les contenus numériques. Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique. Assimiler l'ensemble de la chaîne graphique. Utiliser logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia.

#### • **Elaboration de la stratégie des moyens publicitaires**

Sélectionner les moyens médias et hors médias appropriés. Elaborer un plan média. Répartir les budgets. Sélectionner les projets de campagne. Soumettre à la validation interne et des commanditaires. Evaluer la campagne et mettre en place des actions correctives.

#### • **Gestion matérielle et logistique de la publicité**

Etablir le cahier des charges pour les créatifs et les partenaires. Construire et contrôler un budget ; s'informer des prix du marché. Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits, supports. Sélectionner fournisseurs/ prestataires ; négocier les conditions du contrat. Contrôler la réalisation de l'intervention, la qualité des produits.

• **Développement de la stratégie et coordination des outils complémentaires**

Concevoir et mettre en place une campagne de marketing direct. Réaliser la promotion des ventes. Concevoir des actions événementielles, de relations publiques et presse. Utiliser les ressources du stylisme (*design*), du conditionnement et de l'emballage (*packaging*), de l'aménagement d'espace.

**Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

Le DUT Information-Communication option publicité forme un publicitaire généraliste, qui exerce aussi bien dans des agences conseils qu'en agences médias ou chez les annonceurs.

- Assistant chef de publicité
- Assistant chef de projet
- Assistant Directeur artistique
- Assistant Responsable marketing

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

E1402 : Élaboration de plan média

E11 : Édition et communication

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composants de la certification :**

La certification s'acquiert, pour l'acquisition par la formation, après évaluation concernant les unités d'enseignements suivantes :

UE11 Introduction en expression et langues, 6 ECTS

UE12 Initiation aux sciences humaines et sociales, 8 ECTS

UE13 Impulsion professionnelle, 6 ECTS

UE14 Instauration de méthodes et pratiques, 10 ECTS

UE21 Développement en expression et langues, 6 ECTS

UE22 Décryptage en sciences humaines et sociales, 8 ECTS

UE23 Découverte professionnelle, 6 ECTS

UE24 Déploiement des méthodes et pratiques, 10 ECTS

UE31 Progression en expression et langues, 6 ECTS

UE32 Préfiguration professionnelle, 7 ECTS

UE33 Prolongement des méthodes et pratiques, 11 ECTS

UE34 Modules complémentaires préliminaires, 6 ECTS

UE41 Conclusion en expression et langues, 4 ECTS

UE42 Concrétisation professionnelle, 17 ECTS

UE43 Consolidation des méthodes et pratiques, 5 ECTS

UE44 Modules complémentaires de continuation, 4 ECTS

**Dans le cas d'acquisition par la validation des acquis de l'expérience (VAE), l'évaluation se fait sur la base du référentiel d'activités et de compétences de la spécialité.**

**Validité des composants acquises : non prévue**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (décret n° 84-1004 du 12 novembre 1984 sur les IUT ; arrêté du 3 août 2005) dont les professionnels et les enseignants-chercheurs.
En contrat d'apprentissage	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (décret n° 84-1004 du 12 novembre 1984 sur les IUT ; arrêté du 3 août 2005) dont les professionnels et les enseignants-chercheurs.
Après un parcours de formation continue	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (décret n° 84-1004 du 12 novembre 1984 sur les IUT ; arrêté du 3 août 2005) dont les professionnels et les enseignants-chercheurs.
En contrat de professionnalisation	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (décret n° 84-1004 du 12 novembre 1984 sur les IUT ; arrêté du 3 août 2005) dont les professionnels et les enseignants-chercheurs.
Par candidature individuelle	X	Non

Par expérience dispositif VAE	X	Enseignants- chercheurs et professionnels
-------------------------------	---	---

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

#### LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

#### ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

### Base légale

**Référence du décret général :**

**Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté modifié du 26 juin 1967

**Référence du décret et/ou arrêté VAE :**

**Références autres :**

Décret modifié du 12 novembre 1984 relatif aux IUT

Arrêté du 3 août 2005 relatif au DUT

Arrêté du 19 juin 2013 relatif à l'organisation des études conduisant au DUT Information-communication

### Pour plus d'informations

**Statistiques :**

Enquête ADIUT

<https://idges.pleiade.education.fr/vefp/iut/iut.htm>

**Autres sources d'information :**

Enquête génération du Céreq (<http://www.cereq.fr/index.php/themes/Acces-aux-donnees-Themes/Enquetes-d-insertion-Generation>).

**Lieu(x) de certification :**

chaque université est responsable du processus de certification

**Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

Consulter les sites suivants :

1) Portail « Admission Post-Bac » (APB) : <http://www.admission-postbac.fr/>

2) Site de l'ONISEP : <http://www.onisep.fr/>

**Historique de la certification :**

La spécialité de DUT a été créée sous l'appellation « Relations, information ». Par arrêté du 8 juillet 1968, elle est devenue « Carrières de l'information ». Depuis 1991, elle porte le nom « Information-communication ».

L'option « Publicité » du DUT Information-communication a été créée par arrêté du 8 juillet 1991.