

Information-Communication : Publicité

RNCP41540 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	BUT — Bachelor universitaire de technologie
Code(s) NSF	320, 321n
Formacode(s)	34074, 46347, 46090, 46003, 34052
Code(s) ROME	E1402, E1401, E1104, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE · SIRET : 19762762300097

UNIVERSITE MARIE ET LOUIS PASTEUR (UMLP) · SIRET : 93810656400017

UNIVERSITE DE LORRAINE · SIRET : 13001550600012

UNIVERSITE DE STRASBOURG · SIRET : 13000545700010

<https://www.unistra.fr/>

UNIVERSITE PARIS CITE · SIRET : 13002573700011

UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE · SIRET : 19141408500016

UNIVERSITE BORDEAUX MONTAIGNE BORDEAUX III · SIRET : 19331766600017

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE DE FORMATION APPRENTIS UNIVERSITAIRE ALSACE	19681166500393	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Information-Communication : Publicité certifie les compétences 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.

ACTIVITÉS VISÉES

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

- Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie
- Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires
- En direction des publics, usagers, clients

Informier et communiquer au sein des organisations :

- Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie

- Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires
- En direction des publics, usagers, clients

Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes :

- Dans le cadre d'une étude de marché et d'un diagnostic marketing
- A l'occasion de la gestion d'un portefeuille produits
- Dans une logique prospective en matière de tendances et de comportement consommateur

Concevoir des solutions créatives et innovantes :

- En réponse à un brief créatif
- Dans le cadre de la communication de marque
- Dans une logique de déclinaison plurimédias (hors et en ligne)

Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire :

- Dans le cadre de l'élaboration de la stratégie de communication d'une marque
- En situation d'exploitation et de valorisation des espaces au sein d'une agence média ou d'une régie
- En situation de conseil commercial et stratégique au sein d'une agence ou chez l'annonceur

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences spécifiques

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

- En s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales
- En tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)
- En comprenant le fonctionnement des organisations et institutions
- En se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle
- En mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes

Informier et communiquer au sein des organisations :

- En maîtrisant la langue française et deux langues étrangères
- En réalisant des supports multimédias online / offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels
- En organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes
- En tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines

Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes :

- En prenant en compte l'environnement socio-économique, juridique et publicitaire d'une marque
- En définissant la stratégie marketing
- En mettant en œuvre la phase de marketing opérationnel et les outils préconisés

Concevoir des solutions créatives et innovantes :

- En définissant les bases d'une stratégie de création qui intègre les référents professionnels des agences de publicité
- En élaborant des concepts créatifs et innovants
- En produisant des solutions créatives adaptées

Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire :

- En s'appuyant sur la connaissance des médias, de la publicité, de la cible, des acteurs et de la marque concernée
- En architecturant une stratégie des moyens publicitaires
- En respectant des contraintes budgétaires, juridiques et sociétales
- En accompagnant le client et en proposant des outils d'évaluation de la stratégie

Compétences transversales :

Se servir du numérique

En utilisant 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

Exploiter les données à des fins d'analyse

- En identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- En analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation
- En développant une argumentation avec esprit critique

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral

- En se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- En communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

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

Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

- En identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- En caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- En identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

Blocs de compétences

RNCP41540BC01 — Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...

RNCP41540BC02 — Informer et communiquer au sein des organisations

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements

et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...

RNCP41540BC03 — Analyser une marque, les cibles et les marchés dans la diversité de leurs contextes

LISTE DE COMPÉTENCES

- Connaître le comportement du consommateur et les nouveaux parcours d'achat
- Analyser le marché et les acteurs pour établir un diagnostic complet et mener une veille marketing permanente
- Comprendre et qualifier une identité de marque
- Analyser et prévoir les ventes, exploiter les données de la marque pour mieux connaître ses clients
- Concevoir une stratégie marketing
- Générer du trafic sur l'ensemble des médias numériques (sites, applications, réseaux sociaux, etc.)
- Organiser des actions marketing de promotion de la marque et en mesurer l'efficacité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...

RNCP41540BC04 — Concevoir des solutions créatives et innovantes

LISTE DE COMPÉTENCES

- S'initier aux méthodes de créativité
- User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image, etc.)
- Utiliser les logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
- Mobiliser une large culture artistique et appréhender les arts plastiques
- Utiliser les méthodes de la stratégie de création
- Développer la créativité et le sens esthétique
- Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique
- Comprendre un insight, rechercher des idées et des concepts créatifs
- Justifier les idées et les concepts créatifs, convaincre l'annonceur
- Décliner et adapter les contenus graphiques et multimédias aux différents supports (TV, presse, radio, web, applications mobiles, réseaux sociaux, etc.)
- Maîtriser l'ensemble des étapes de la chaîne graphique
- Écrire pour une marque (storytelling, brand content, contenus éthiques, réseaux sociaux d'entreprise...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...

RNCP41540BC05 — Élaborer et déployer la stratégie de communication publicitaire

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les acteurs de la publicité : métiers, agences, annonceurs, régies, médias et supports
- 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
- Construire une stratégie de communication (problématique, positionnement, objectifs et ciblage) qui respecte les contraintes données Organiser une stratégie des moyens adaptée et produire un rétroplanning pertinent
- Coordonner la mise en place d'outils complémentaires (promotion des ventes, action événementielle, relation public et relation presse, etc.)
- Budgétiser une campagne

- Gérer un projet, coordonner une équipe, respecter le cahier des charges
- Produire les indicateurs de performance, les outils de mesure et les postests nécessaires
- Utiliser la publicité en ligne, format et mode d'achat (publicité programmatique)
- Justifier des choix stratégiques et convaincre un annonceur
- Conseiller et formuler les préconisations pour accompagner la marque

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des connaissances et compétences par évaluation orale, écrite et pratique portant sur les enseignements et sur des mises en situation professionnelle (contrôles écrits et oraux, rapports, mémoires, présentations orales, présentation d'outils techniques). Ces évaluations sont individuelles pour certaines, collectives pour d'autres. Les mises en situation professionnelles sont diverses : projets individuels ou collectifs, projets tutorés, TP, études de cas, stages...

RNCP41540BC06 — Utiliser les outils numériques de référence

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises est demandée.

RNCP41540BC07 — Exploiter des données à des fins d'analyse

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises est demandée.

RNCP41540BC08 — S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises est demandée.

RNCP41540BC09 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises est demandée.

RNCP41540BC10 — Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral portant sur les enseignements et mobilisant des mises en situation professionnelle à partir desquelles une démarche de présentation des connaissances et compétences acquises est demandée.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur public, para-public, associatif – Grandes, moyennes et petites entreprises – Agences – Régies – Activité libérale

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

En sortie de BUT :

Chargé de plan média, Média acheteur, Assistant chef de publicité, Assistant responsable Marketing, Assistant webmarketing, Assistant Directeur artistique, Assistant chef de projet, Assistant coordinateur de production, Assistant planneur stratégique, Assistant responsable d'études, Community manager, Assistant Brand manager

Après deux ou trois ans :

Chef de publicité, Chef de produit, Concepteur-Rédacteur, Responsable de contenu, Content Strategist, Brand manager, Acheteur d'art, Responsable de production, Chargé d'études, Consultant SMO, Digital planneur, Traffic manager, Chef de fabrication, Chargé de marketing opérationnel (agence de promotion des ventes), Média planneur, Responsable logistique (annonceur), Rédacteur web

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 924 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	18 210
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %

Familles professionnelles (FAP)

R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
U0X80 — Assistants de la communication
U0X90 — Cadres de la communication
U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 800 €
Selon la branche	7 604 € – 7 900 €
Prise en charge	Branches concernées
7 800 €	Valeur par défaut · 209 branches
7 900 €	CPNEFP Mutualité, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	31/08/2030

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35365

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35365

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	3
Organismes gestionnaires (CFA)	3
Organismes formateurs	3
Régions couvertes	2
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	3
Sessions	de 09/2025 à 08/2029

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).