

La formation vous permettra de choisir de façon optimale sur quels médias et à quel moment communiquer en fonction de la marque, de la cible, de la concurrence, des objectifs et du budget en s'appuyant sur des méthodes et outils d'analyse tant dans l'environnement digital que traditionnel et une connaissance approfondie des spécificités de chaque média.

INSERTION

À l'issue de la formation, les candidats doivent avoir pour objectif de s'insérer dans la vie active. Ils deviennent planneur stratégique, média-planneur, chargé d'études média, conseil média, acheteur plurimédias (TV, Print, Affichage...), chargé de campagnes publicitaires, chargé d'études marketing et communication, social Media manager, trafic manager, etc. Les opportunités se présentent en agence media, en régie publicitaire, en institut d'études, chez l'annonceur que ce soit une grande entreprise ou une start-up, ou en agence de communication, en France ou à visée internationale.

PUBLICS

La licence Stratégie média et expertise digitale recrute des étudiants ayant un niveau bac+2 validé - quelle que soit la thématique des études réalisées - et présentant un intérêt pour l'évolution des médias et notamment leur exploitation par les annonceurs.

Cette licence peut être suivie en alternance, sous contrat de professionnalisation ou d'apprentissage.

La capacité d'accueil est de 20 places.

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

Construire des stratégies plurimédias ; Devenir un spécialiste des médias traditionnels et du digital ; Être rapidement opérationnel dans la phase d'analyse essentielle en amont de la stratégie ; Compréhension et analyse de la cible ; Pouvoir conseiller les entreprises sur leurs stratégies digitales et autres médias ; Activation media classique ou en opération spéciale ; Vendre et acheter les espaces publicitaires les plus efficaces.

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES :

Faculté d'analyse et de synthèse ; sens stratégique et commercial ; adaptabilité, écoute, rigueur ; connaissance des médias ; prise en mains des outils d'analyses (Media-land Pige, SIMM TGI, Google Analytics, XiTi).

SÉLECTION

La sélection se fait en deux temps :

Mi-mai, admissibilité sur dossier (parcours universitaire, expériences, motivation, projet professionnel).

Mi-juin, admission sur entretien (culture des médias : tendances, innovation, chiffres clés, curiosité...).

ORGANISATION

Les études se déroulent sur deux semestres à partir de septembre : 450 heures de formation encadrée (cours, travaux dirigés, séminaires) complétées par une formation dirigée de 150 heures (projets tutorés, travaux d'étude et de recherche personnels ou collectifs) et quatorze semaines de stage à partir d'avril extensible jusqu'à fin septembre.

CONTENU

Elle est organisée en 7 Unités d'Enseignement (UE) et 18 Modules (ECUE)

UE1 : Fondamentaux - 10 ECTS

ECUE 1 : Culture et connaissance des médias

ECUE 2 : Économie et droit des médias

ECUE 3 : Outils mathématiques et données sémantiques

UE2 : Compréhension et analyse en amont de la stratégie média - 10 ECTS

ECUE 4 : Codes sémiologiques et interculturels

ECUE 5 : Communication numérique et réseaux sociaux

ECUE 6 : Construction d'une stratégie média

UE3 : Méthodes et outils professionnels - 10 ECTS

ECUE 7 : Études médias qualitatives et quantitatives

ECUE 8 : Outils de planification média

ECUE 9 : Mesure d'audience et de performance

UE4 : Stratégie digitale - 10 ECTS

ECUE 10 : Digitalisation des médias

ECUE 11 : Stratégie mobile/sociale

ECUE 12 : Innovation numérique

UE5 : Stratégie plurimédia - 10 ECTS

ECUE 13 : Stratégie et recommandations médias

ECUE 14 : Médiaplanning et budgétisation

ECUE 15 : Négociation et relation commerciale

UE6 : Mise en situation professionnelle - 3 ECTS

ECUE 16 : Projet tutoré

UE7 : Stage et mémoire professionnel - 7 ECTS

ECUE 17 : Stage

ECUE 18 : Mémoire professionnel

CANDIDATURE

Elle comprend les éléments suivants : dossier scolaire et universitaire (notes et appréciations), le CV, la motivation, le projet du candidat et des questions sur la culture des médias : tendances, innovation, chiffres clés, curiosité...

MODALITÉS DE SÉLECTION

Information sur le site de l'IUT :

www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr/etre-candidat/
Attention aux dates limites de téléchargement et de dépôt

Possibilité de demande de bourse d'enseignement supérieur et de logement en cité universitaire.

Les dossiers doivent être saisis sur le site :

www.crous-bordeaux.fr

Date limite de dépôt : mi-mai

Pour en savoir plus, consultez le site de l'IUT.

www.iut.u-bordeaux-montaigne.fr

candidature, apprentissage, modalités de sélection, formation initiale, formation continue, formation en alternance, coût de la formation, organisation et contenu de la formation, journée «portées ouvertes», actualités...

IUT Bordeaux Montaigne

Métiers du multimédia et de l'Internet

1 rue Jacques Ellul
33080 Bordeaux cedex - tél. 05 57 12 20 44

Secrétariat Formation initiale

tél. 05 57 12 20 40
mmipub@iut.u-bordeaux-montaigne.fr

Secrétariat Formation continue

tél. 05 57 12 21 46
formation-continue-iut@iut.u-bordeaux-montaigne.fr



Formation initiale, alternance et par contrat de professionnalisation

Stratégie média et expertise digitale

Analyse, Réflexion et Médiaplanning

Métiers du Multimédia et de l'Internet - MMI

LICENCE PROFESSIONNELLE