

C onditions d'admission

Etre titulaire d'un baccalauréat (toutes séries) ou d'un diplôme équivalent.

Avoir une bonne maîtrise de la langue française (écrite et orale).

La sélection se fait en deux phases :

Une première phase consiste en l'étude du dossier du candidat, comprenant les bulletins de notes de première et terminale, une lettre de motivation, un curriculum vitae ainsi que tout document que le candidat estime pertinent.

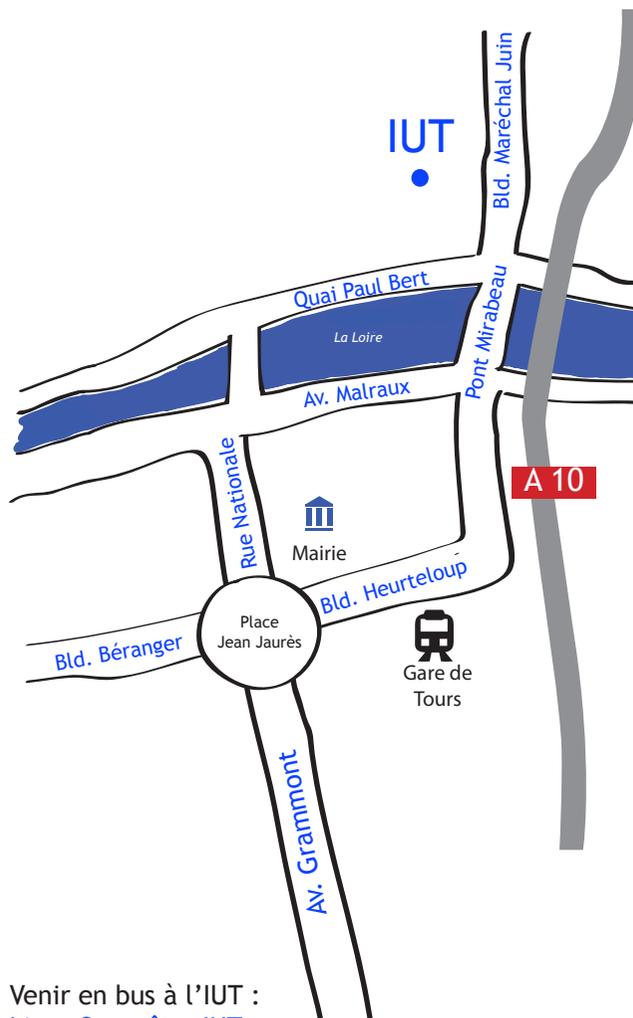
Les candidats admissibles (après sélection sur dossier) sont convoqués à un entretien destiné à vérifier leur niveau d'expression, de culture générale ainsi que leur motivation et l'adéquation entre leur projet personnel et la formation.

Pour candidater :

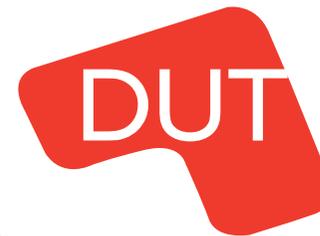
www.admission-postbac.fr

I nformations pratiques

IUT de TOURS
29 rue du Pont Volant
37082 Tours Cedex
02 47 36 75 81
iut.univ-tours.fr



Venir en bus à l'IUT :
Ligne 2, arrêt « IUT »



C OMMUNICATION des O RGANISATIONS



Médias Outils
RELATIONS PRESSE
COMMUNICATION EXTERNE
diplôme P.A.O DROIT
STRATÉGIE événementiel
Identité visuelle STAGE CIBLE Bac+2
COMMUNIQUÉ DE PRESSE Enquêtes
Communication interne Publicité PROJETS
MARKETING DOSSIER DE PRESSE



PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Objectifs

Le DUT Communication des organisations vise à former des professionnels de la communication interne et externe dans tout type d'organisations (entreprises, administrations, collectivités locales, associations).

Les diplômés possèdent de solides bases théoriques et opérationnelles ainsi qu'une large culture professionnelle.

Ils doivent, durant leur formation, effectuer un stage obligatoire (4 semaines en 1^{ère} année, 8 semaines en 2^{ème} année).

Enseignements

La formation est assurée par une équipe pédagogique composée d'universitaires et de professionnels de la communication. L'enseignement est dispensé sous la forme de cours magistraux, de travaux dirigés ou de travaux pratiques.

La présence à tous les cours est obligatoire.

Les étudiants doivent également, par petits groupes et sur leurs deux années de formation, travailler à la réalisation d'un projet tuteuré (manifestation culturelle, exposition, partenariat avec une organisation locale).



Programme

1^{ère} année

- Enseignements généraux : Expression écrite et orale, Langues, Économie, Droit, Sociologie, Théories de l'information-Communication.
- Enseignements professionnels : Relations Presse, Photo, Culture numérique, Édition.

2^{ème} année

- Enseignements généraux : Langues, Droit de l'information-Communication, Sociologie des médias.
- Enseignements professionnels : Publicité, Marketing, Plan de communication, Vidéo, Communication de crise.



Poursuite d'études

- Licence Professionnelle
- Licence Information-Communication
- Ecole de communication (Bachelor)
- Ecole Supérieure de commerce et de management
- A l'étranger (LMD)

Débouchés professionnels

Il est possible d'intégrer la vie professionnelle dans le service de communication d'une organisation ou dans une agence.

Les fonctions assurées seront, selon les cas, celles d'assistant ou de chargé de communication, chargé des relations presse, rédacteur ou responsable de dossiers-clients en agence de communication...

Ce qui est intéressant dans le DUT communication, c'est qu'il nous rend polyvalents. Nous touchons aussi bien à l'audiovisuel qu'aux logiciels de PAO, tout en ayant une formation complète. Grâce à cette diversité, beaucoup de portes nous sont ouvertes pour la suite de notre parcours.

Lucie, promo 2012-2014

L'un des points forts du DUT, c'est le projet tuteuré, un événement à monter sur deux ans. C'est un excellent moyen de mettre en oeuvre les connaissances pratiques et les savoir-faire acquis en cours, tout en développant son réseau professionnel. Une première expérience formatrice et riche en émotions !

Jean-Baptiste, promo 2011-2013