

3^e année du B.U.T. en
CONTRAT D'APPRENTISSAGE - 12 mois

Stratégie de marque et Événementiel



UNIVERSITÉ
DE PAU ET DES
PAYS DE L'ADOUR

iut
BAYONNE
PAYS BASQUE

Les atouts de l'apprentissage

RYTHME ALTERNANCE

Rythme alternance à la semaine

REMUNERATION

équivalente à une 3^e année SMIC au 1^{er} janvier 2026

Apprenti de 18-20 ans : 67 % du SMIC ou SMC : 1221.43 €

Apprenti de 21-25 ans : 78 % du SMIC ou SMC : 1421.97 €

Apprenti de plus de 26 ans : 100 % du SMIC : 1823.03 €

EXONÉRATION DE CHARGES SOCIALES

Application de la réduction générale des cotisations patronales renforcée (Réduction Fillon) aux contrats d'apprentissage.

LES AIDES À L'APPRENTISSAGE 2026

Du 08 mars au 31 décembre 2026, une aide sera versée pour la 1^{ère} année d'exécution du contrat et quelque soit l'âge de l'apprenti.

- 2000 € (entreprises de moins de 250 salariés)
- 750 € (entreprises de 250 salariés et plus)
- 6000 € (embauche apprenti en situation de handicap)

Les missions visées

- Marketing
- Vente
- Communication commerciale
- Organisation d'un événement
- Plan de communication et commercialisation
- Gestion des relations presse et publiques
- Création de contenus de marque
- Etude d'une marque et son positionnement

➔ Formation en phase avec la réalité du marché du travail et adaptée aux besoins en compétences des entreprises du territoire.

➔ L'intégration des étudiants dans le monde de l'entreprise depuis la 1^{ère} année du B.U.T. (Stages, SAé) leur permet de se familiariser très tôt avec les exigences du monde du travail. Les entreprises disposent rapidement d'un renfort opérationnel.

Les atouts de nos étudiants

Des compétences acquises durant le BUT 1 et le BUT 2 en

- **MARKETING** : étudier un marché, construire une offre commerciale adaptée
- **VENTE** : réaliser une opération commerciale, mener un entretien de vente
- **COMMUNICATION COMMERCIALE** : communiquer une offre commerciale, élaborer un plan de communication

Le parcours **Stratégie de marque et événementiel** vise à former les étudiants au management de la marque en développant deux compétences

- **Elaborer une identité de marque** : valorisation de la marque à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et presse.
- **Manager un projet événementiel** : pilotage et gestion des projets événementiels autour de la marque