

3<sup>e</sup> année du B.U.T. en  
CONTRAT D'APPRENTISSAGE - 12 mois

## Stratégie de marque et Événementiel



IVERSITÉ  
DE PAU ET DES  
PAYS DE LA GASCogne

**iut**  
BAYONNE  
PAYS BASQUE

## Les atouts de l'apprentissage

### RYTHME ALTERNANCE

Rythme alternance à la semaine

### REMUNERATION

équivalente à une 3<sup>e</sup> année SMIC au 1<sup>er</sup> juin 2026

Apprenti de 18-20 ans : 67 % du SMIC ou SMC : 1250.90 €

Apprenti de 21-25 ans : 78 % du SMIC ou SMC : 1456.27 €

Apprenti de plus de 26 ans : 100 % du SMIC : 1867.02 €

### 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<sup>ère</sup> 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<sup>ère</sup> 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