

Définition

Le titulaire du BTS Communication conçoit et met en œuvre des opérations de communication, qui peuvent revêtir une forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans le cadre de campagnes commerciales, institutionnelles, sociales ou publiques.

- Chez les annonceurs (structures à l'origine de l'opération de communication) : entreprises commerciales et industrielles, sociétés de services, administrations, collectivités territoriales, associations.
 - o Il propose des actions de communication globale (interne ou externe) et en assure la mise en œuvre.
- Dans les régies et médias (presse, télévision, affichage, radio, cinéma, internet, téléphonie...)
 - o Intégré au service commercial, il construit et vend des offres commerciales et des solutions adaptées aux besoins des annonceurs en collaboration avec les experts techniques.
- Dans les agences de communication et agences médias
 - o Intégré au service commercial ou au service production, il assure l'interface entre les annonceurs, des créatifs et les prestataires.

Emplois visés

- Assistant chef de publicité
- Chef de produit junior
- Assistant de communication
- Assistant événementiel
- Acheteur média
- Vendeur d'espaces publicitaires
- Chargé de relations presse
- Média planneur
- Chef de projet
- Conseiller de clientèle
- Chargé d'études marketing
- Attaché du développement et du patrimoine

Niveau d'études et compétences générales

- Tout baccalauréat
- Désir de convaincre, curiosité d'esprit, capacité d'écoute, intérêt pour la culture, les nouvelles technologies, les arts et la sociologie

Durée de la formation

- 2 ans

Rythme hebdomadaire

| | |
|-------------------|---|
| Alternance | 2 jours de cours et 3 jours en entreprise |
|-------------------|---|

ENSEIGNEMENT GENERAL**❶ LANGUES VIVANTES : LV1 OBLIGATOIRE
LV2 EN OPTION****❷ ECONOMIE GENERALE**

- Les fonctions économiques
- Le financement de l'économie
- La régulation
- Les relations économiques internationales
- L'économie mondiale

❸ DROIT

- Le cadre institutionnel et les sources du droit
- Les mécanismes fondamentaux (actes et faits, contrats, responsabilité)
- La structure juridique de l'entreprise commerciale
- Le droit social
- Le droit de la consommation
- Les relations interentreprises
- (concurrence, propriété industrielle)

❹ MANAGEMENT DES ENTREPRISES

- Entreprendre et diriger : la logique entrepreneuriale/la logique managériale/la performance de l'entreprise/direction et décision dans l'entreprise/contre-pouvoirs et gouvernance de l'entreprise
- Elaborer une stratégie : la démarche stratégique/le diagnostic interne et externe/ stratégie globale/croissance et internationalisation.

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL**❶ LES CULTURES DE LA COMMUNICATION****• Introduction à l'histoire et aux théories de la communication**

- Définitions de la communication
- Théories et modèles de la communication
- Histoire et sociologie des médias

• Analyse critique des cibles

- De la connaissance objective à la représentation des cibles
- Les cultures des cibles

• Analyse critique des annonceurs

- De la connaissance objective à la représentation des annonceurs
- Les cultures des annonceurs

• Analyse et production du message

- Stratégie du texte
- Stratégie de l'image fixe
- Stratégie de l'image animée et du son
- Stratégie de l'interactivité

❷ LES CULTURES TECHNOLOGIQUES DE LA COMMUNICATION (CTC)

- Informatique organisationnelle
- Informatique de production
- Informatique relationnelle et commerciale

❸ LE DROIT DE LA COMMUNICATION

- Le cadre juridique du secteur de la communication
- Le droit de la publicité
- Le droit de la communication hors-médias

❹ MISE EN ŒUVRE ET SUIVI DE PROJETS DE COMMUNICATION (FONCTION 1)

- Analyse de la commande
- Conduite d'un projet de communication
 - prise en charge du dossier de l'annonceur

- proposition des solutions
- réalisation et suivi du projet
- ajustements

- Gestion des relations avec les prestataires
 - procédures de fabrication et supports techniques
 - cahier des charges
 - standards de qualité
- Conception et réalisation des moyens de communication
 - élaboration de messages (identité visuelle, charte graphique...)
 - élaboration de maquettes (utilisation de la PAO)
 - gestion et suivi de la fabrication, planning de production, BAT.

❺ CONSEIL ET RELATION ANNONCEUR (FONCTION 2)

- Gestion d'un portefeuille - annonceur
- Plan de prospection et création d'une relation commerciale
- Elaboration d'une proposition commerciale
- Conduite d'un entretien de vente et finalisation d'un accord
- Suivi commercial d'un dossier annonceur
- Sélection et gestion des relations commerciales avec les prestataires

❻ VEILLE OPERATIONNELLE (FONCTION 3)

- Recherche permanente d'informations
- Recherche ponctuelle d'informations
- Mise à jour, sécurité et qualité du système d'information

❼ ATELIER PRODUCTION

- Développement des comportements professionnels (écoute, réactivité, créativité...)
- Préparation et conduite d'un projet de communication
- Production de supports de communication dans le respect d'un cahier des charges
- Activité de veille (évolution du contexte, des supports et des moyens à mobiliser)
- Intégration des contraintes juridiques

❸ ATELIER RELATIONS COMMERCIALES

- Création d'une relation commerciale
- Conduite de l'entretien de négociation
- Finalisation de l'accord
- Achat de prestations

❹ PASSEPORT PROFESSIONNEL

Ce document recense l'ensemble des situations professionnelles, réelles ou simulées, rencontrées par le candidat lors de sa formation.

REGLEMENT D'EXAMEN

| Intitulé des épreuves | Mode | Durée | Coeff. |
|---|-------|---------|--------|
| Epreuves obligatoires | | | |
| 1. Cultures de la Communication | Ecrit | 4 h | 3 |
| 2. Langue vivante étrangère | Ecrit | 2 h | 1 |
| | Oral | 20 min* | 1 |
| | Oral | 25 min | 1 |
| 3. Economie – Droit et Management des Entreprises | Ecrit | 4 h | 2 |
| | | 3 h | 1 |
| 4. Relations Commerciales | Oral | 40 min | 4 |
| 5. Activités de Communication | Ecrit | 4 h | 4 |
| 6. Projet et Pratiques de la Communication | Oral | 40 min | 4 |
| Epreuve facultative | | | |
| 7. Langue vivante étrangère 2 | Oral | 20 min | 1 |

(Document non contractuel) * avec temps de préparation