

BTS COMMUNICATION

Une formation de multispécialiste au service de la stratégie

Ce BTS permet de **concevoir et de mettre en œuvre des opérations de communication**, qui peuvent revêtir une forme publicitaire, événementielle, relationnelle, interne ou externe.

Cette formation s'articule autour d'enseignements :

- ✓ **de gestion de projets**
- ✓ **de gestion de la relation avec l'annonceur ou avec les prestataires**
- ✓ **de veille stratégique.**

Les mots clefs de cette section :

- ✓ **réflexion**
- ✓ **coordination**
- ✓ **planification**
- ✓ **budgétisation**

APTITUDES ET COMPÉTENCES

- ✓ esprit d'initiative, **d'analyse** et de synthèse
- ✓ sens de la relation : maîtrise de **l'expression écrite** et orale
- ✓ capacité à négocier (appels d'offres, achats, etc.)
- ✓ goût du travail en équipe
- ✓ créativité
- ✓ **sensibilité aux nouvelles technologies**
- ✓ capacité d'écoute
- ✓ **grande curiosité** (intérêt pour la culture, les arts, la sociologie, l'actualité...)
- ✓ aptitude à gérer les contraintes, sens de l'organisation
- ✓ **capacité de travail personnel**

CONTEXTE PROFESSIONNEL

Le titulaire du BTS Communication exerce son activité dans différents types d'organisation :

- ✓ **entreprises industrielles, commerciales...**
- ✓ **collectivités territoriales, associations...**
- ✓ **régies, médias et agences médias**
- ✓ **agences de communication généralistes ou spécialisées**

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

- ✓ Chargé de communication
- ✓ Assistant chef de pub
- ✓ Assistant de communication interne
- ✓ Chargé de relations publiques
- ✓ Coordonnateur d'événements
- ✓ Attaché commercial ou responsable clientèle en régies
- ✓ Acheteur média, Médiaplanneur
- ✓ Chargé d'études
- ✓ Assistant du chef de fabrication

POURSUITE D'ÉTUDES

Licences et licences professionnelles

Chargé de communication culturelle (Cergy-Pontoise)

Chargé de communication en collectivités territoriales (Marne-La-Vallée)

Communication du secteur associatif (Val-de-Marne)

Communication institutionnelle (Evry-Val-d'Essonne)

Communications audiovisuelles et multimédias (La Défense)

Mais aussi des formations en **IUP**, en **écoles spécialisées** en marketing, en information et communication.

LES STAGES

14 à 18 semaines de stage programmées sur les deux années.

EXEMPLE : STAGES DE 4 SEMAINES JANVIER 2009

Havas Digital Agence média	FRmédias Agence média
Mondadori France régie publicitaire	Mairie de Bellegarde Théâtre Jeanne d'Arc
Roularta l'Express Régie publicitaire	LS Communication Bureau de presse mode
Good Angel Medias Agence média	Atlantide Communications Editeur de site web
Phyto Annonceur "beauté"	LOL France Galerie d'Art
Bull annonceur	Publicis Consultant Pôle image des entreprises et des institutions
Cosicommunication Agence de relations presse	La Washing Machine, Agence conseils en communication et marketing
TVfil78 Télévision locale	Médiabrands Agence Média
Weillrobert Communication point de vente	Seme Gauche Agence média interactive

EXEMPLES DE MISSIONS

- ✓ Réalisation d'études (traitement de l'information, analyse et diagnostic de la communication, analyse et contrôle des résultats)
- ✓ Mise en œuvre des stratégies et des actions de communication de l'entreprise
- ✓ Réalisation et diffusion de messages
- ✓ Négociation des achats auprès des fournisseurs

Domaines	Types de missions
Publicité	Réalisation d'annonces presse, d'affiches, de spots radio, ...
	Vente, achat, négociation d'espaces publicitaires
	Mise en place de campagnes sur Internet (espaces publicitaires, référencement, affiliation...)
Edition	Création de dépliants, de plaquettes, de magazines de consommateurs. Réalisation de chartes graphiques
Promotion des ventes	Création de jeux ou concours
Marketing direct	Publipostage
Événementiel	Participation aux foires et salons
	Mise en place d'expositions, de soirées d'inauguration, de journées portes ouvertes
	Réalisation d'opérations de mécénat ou de sponsoring. Travail au sein d'une fondation d'entreprise.
Relations publiques et relations presse	Réalisation de communiqués de presse, mise en place de conférences de presse, d'assemblées générales d'actionnaires...
Études	Marchés, audience, etc.
Suivi de production	Choix et négociation avec les fournisseurs ou prestataires.
Communication interne	Création de séminaires
	Réalisation du journal interne ou de films d'entreprise
	Animation du site Intranet
Relations commerciales	Construction d'argumentaires de vente de solutions de communication. Mise en place d'opérations spéciales.

LES OUTILS INFORMATIQUES

Un accès à des ressources informatiques professionnelles : PAO, gestion de projets, création de sites internet, montage vidéo...

LA FORMATION

Matières	Horaires hebdomadaires
Cultures de la communication	4h
Projet de communication	4h
Conseil et relation Annonceurs	3h
Veille Opérationnelle	2h
Langue vivante	3h
Droit	2h
Economie générale	2h
Management	2h
Atelier Production	4h
Atelier Relations commerciales	2h
Total :	28h

L'EXAMEN

Epreuves	Coef.	Forme	Durée
Cultures de la communication	3	Ecrit	4 h.
Langue vivante	1	Oral	20 mn
	1	Ecrit	2 h
	1	CCF*	25 mn
Management	1	Ecrit	3h
Economie et droit	2	Ecrit	3h
Relations Commerciales*	4	Oral	40 mn
Activités de communication	4	Ecrit	4 h
Projet et pratiques de la communication*	4	Oral	40 mn

*Contrôle en cours de formation

LES « PETITS + »

- ✓ **Compétition** (10 jours) en micro-agences avec annonceur réel (Eau de Paris, Décléor-Carita, Prévention Routière, Conseil Général du Val-de-Marne, Mutuelle Générale des cheminots...)
- ✓ **Un séminaire** (5 jours) basé sur des rencontres avec la profession.
- ✓ **Bourses Erasmus** pour effectuer au minimum 2 mois de stage à l'étranger en fin de 1^{ère} année.
- ✓ **Visites-conférences.** Atelier d'initiation à l'esthétique (musée du Louvre, musée d'Orsay, musée Beaubourg, musée d'Art Moderne...)
- ✓ **Une plate-forme collaborative** de mutualisation des expériences professionnelles de la section.
- ✓ **Séjour d'étude à Bruxelles** (4 jours) centré sur les institutions européennes et le lobbying.
- ✓ **L'enrichissement et l'émulation** liés à la présence dans la même section d'apprentis et d'étudiants.

PROCÉDURE D'INSCRIPTION



www.admissionpostbac.fr

Taux de réussite 2009 de la section communication : 94%