

Formation diplômante BAC + 2

Brevet de Technicien Supérieur (BTS)

« Communication »



Votre profil

Vous êtes créatif et curieux ? Vous avez le sens du service, de l'écoute et de la communication ? Vous êtes enthousiaste et votre expression écrite et orale sont irréprochables ? Vous êtes en terminale, titulaire d'un Bac général ou issu d'une filière littéraire ou économique ?

Le BTS COM est fait pour vous.

Chargé de communication ou Relation Presse, votre esprit d'équipe et votre goût du contact seront des armes supplémentaires pour réussir votre projet professionnel.

Le contexte et l'emploi

De l'attaché de presse au directeur de la communication, les métiers de « la com » deviennent de plus en plus stratégiques. Culture générale, maîtrise des langues, des techniques professionnelles, des nouvelles technologies et des réseaux sociaux sont indispensables pour s'imposer dans ce milieu très sensible aux aléas économiques.

Difficiles à dénombrer, les professionnels de la communication exercent partout. Environ 10 000 personnes travailleraient dans des agences-conseils en communication, grands groupes (Havas, WPP, Publicis) ou petites agences. On trouve les autres dans la quasi-totalité des entreprises privées, mais aussi dans le public, au sein des ministères, des collectivités territoriales, d'associations, d'institutions internationales. Pourtant, les perspectives d'emploi restent modestes : les professionnels sont encore jeunes et le volume de recrutement étroitement lié à la situation économique.

Les objectifs de la formation

Au sein d'un service communication, en agence de communication ou de publicité, l'assistant de communication est chargé de concevoir et faire exécuter tout projet de communication : journal interne, plaquette commerciale, site Web, publicité, présentation audiovisuelle de l'organisation professionnelle.

Les métiers de la communication

Le directeur de la communication définit la politique de communication et garantit la cohérence de toutes les actions menées par des professionnels plus spécialisés : attaché de presse (*relations avec les journalistes*), chargé de relations publiques (*organisation d'événements*), de la communication interne (*relations avec les partenaires sociaux*), de la communication financière (*relations avec les actionnaires et la presse économique*), journaliste d'entreprise et webmestre (*informations sur papier ou Internet*), directeur artistique et graphiste chargés de l'identité visuelle (*logo...*), publicitaires... En agence, on commence comme consultant junior (*généralement chargé des relations avec la presse, la base du métier*), puis on grimpe les échelons en se spécialisant et en assumant des missions de plus en plus importantes.

Source : onisep



Programme

LES CULTURES DE LA COMMUNICATION

Définitions de la communication. Théories et modèles de la communication. Histoire et sociologie des médias. L'approche socio-économique, socio-démographique et psychologique des cibles. Les cultures des cibles. Analyse critique des annonceurs. La culture d'entreprise. La culture des institutions. La culture des associations. Analyse et production du message.

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

L'objectif est de rendre l'étudiant capable de dialoguer dans une perspective professionnelle, d'exploiter des sources d'information professionnelles dans la langue pratiquée.

DROIT

Approche méthodologique. L'individu au travail. Les structures et les organisations. Le contrat, support de l'activité de l'entreprise. L'immatériel dans les relations économiques. L'entreprise face au risque. Droit de la communication.

ÉCONOMIE

Approche méthodologique. La coordination des décisions économiques par l'échange. La création de richesses et la croissance économique. La répartition des richesses. Le financement des activités économiques. La politique économique dans un cadre européen. La gouvernance de l'économie mondiale.

MANAGEMENT DES ENTREPRISES

La logique entrepreneuriale et managériale. La finalité de l'entreprise, sa responsabilité sociétale. Le management stratégique et opérationnel. La performance. Les styles de direction. Les décisions et le processus de décision. La définition de la démarche stratégique. Le diagnostic stratégique. Les choix stratégiques. La mise en oeuvre de la stratégie : choix de la structure, évolution, mobilisation des ressources humaines. Optimisation des ressources technologiques et de la connaissance. Financement des activités.

ACTIVITÉS ET PROJETS DE COMMUNICATION

La démarche de projet en communication. Les fondamentaux du marketing. Les types de communication. La stratégie de communication. Le choix des supports. La gestion opérationnelle. Les données quantitatives. Le budget opérationnel. Les techniques de production. Les modalités et critères d'évaluation de la performance. Les tableaux de bord. Les documents techniques. Le cahier des charges. Le bilan qualité. L'élaboration de messages et de maquettes (outils, techniques de rédaction, contextes socioculturels...). La gestion et le suivi de la fabrication. Les opérations de communication et leur mise en oeuvre. L'informatique de production. Les ateliers « production ».

CONSEIL ET RELATION ANNONCEUR

Vente de solutions de communication : la prospection. Les outils et supports de prospection et de vente. La gestion du portefeuille client. Le plan de prospection. L'offre commerciale. L'argumentaire de vente. Le développement des relations commerciales. Les stratégies et techniques de négociation. La relation client. Achat de prestations de communication : les agences de communication. Les autres prestataires. Les différentes formes d'achat. La sélection des offres. Les stratégies d'achat. L'argumentation d'achat. La gestion des documents commerciaux. L'évaluation des prestataires. L'informatique relationnelle et commerciale. Les ateliers « relations commerciales ».

VEILLE OPÉRATIONNELLE

Le système d'information de l'organisation. La méthodologie de la veille informationnelle. L'étude documentaire. Les méthodologies d'étude. Les outils d'analyse des données quantitatives. La diffusion des informations. L'analyse des informations. La mise à jour des bases d'information. La qualité et la sécurité d'un système d'information. L'informatique organisationnelle.

ATELIER DE PRODUCTION

ATELIER DE RELATIONS COMMERCIALES

Préparation et conduite d'un projet de communication, présentation de solutions et négociation de prestations.

Examen

ÉPREUVES	UNITÉS	COEF	FORME	DURÉE
Cultures de la communication	U1	3	écrit	4h
Expression et culture en langues vivantes étrangères. Langue A. Sous-épreuve : compréhension et expression écrite - production orale Sous-épreuves : compréhension orale	U21	2	écrit oral	2h 20min
	U22	1	oral	25min
Économie, droit, management des entreprises Sous-épreuve : économie et droit Sous-épreuve : management des entreprises	U31	4	écrit	4h
	U32	2	écrit	3h
Relations commerciales	U4	4	oral	40min
Activités de communication	U5	4	écrit	4h
Projet et pratiques de la communication	U6	4	oral	40min
ÉPREUVE FACULTATIVE Langue vivante étrangère B		-	oral	20min