

**Formation diplômante**

pré-requis
Baccalauréat obtenu

Objectifs

Conscient des enjeux de la communication dans l'entreprise et de sa place de plus en plus importante dans les stratégies de développement, le titulaire du **BTS communication** sera un multi spécialiste des opérations de la communication dont il saura assurer la mise en œuvre et la commercialisation.

Principales missions :

- Promouvoir l'image de la marque et de l'identité de l'entreprise, dans le cadre de la communication interne ou externe.
- Participer, au sein d'une agence de communication, à la coordination des travaux des créatifs et des responsables de fabrication, et assurer leur commercialisation.
- Participer, au sein du service de communication ou du service ressources humaines d'une entreprise, à l'élaboration de la stratégie de la communication et assurer sa mise en œuvre en s'adressant à différents prestataires.
- Identifier et proposer des supports de communication adéquats.
- Sélectionner et transmettre des informations.
- Améliorer la cohésion interne de l'entreprise.

Ce métier aux débouchés très larges passionnera celles et ceux qui sont curieux, ouverts sur le monde et les nouvelles techniques de communication. Ils/elles se distinguent également par leur capacité à travailler en équipe et à convaincre.

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap

BTS Communication

Aptitudes

Bon niveau de culture générale
Curiosité intellectuelle
Bonne maîtrise écrite et orale de la langue française
Compétences relationnelle, capacités d'écoute et d'analyse
Qualités relationnelles (sens du contact, tact...)
Capacité à travailler en équipe
Rigueur
Maîtrise des logiciels les plus courants

Débouchés immédiats

Dans les entreprises, les institutions, les collectivités locales et les associations : chargé(e) de communication, assistant(e) du responsable de communication interne.
Dans les régies et les médias : attaché(e) commercial(e), assistant(e) de publicité, vendeur(se) d'espaces publicitaires.
Dans les agences (agences conseil en communication, agences médias) : assistant(e) chef de publicité, chargé(e) de budget (acheteur média).

Évolutions professionnelles

Chef de publicité, chef de projet, chef de produit marketing, chargé(e) d'études marketing
Responsable ou directeur de communication
Chef de projet, rédacteur de journaux internes

Principaux enseignements

Matières générales

- Économie, droit et management
- Langue vivante étrangère (Anglais)
- Management des entreprises

Matières professionnelles

- Projet de communication
- Conseils et relations annonceurs
- Culture de la communication
- Veille opérationnelle
- Ateliers production et relations
- Commerciales PAO

Dossier de présentation du projet professionnel - validation

- Contrôle continu des connaissances
- Epreuves ponctuelles
- Diplôme d'État - examen de l'Éducation Nationale
- Unité ECTS permettant la poursuite d'étude dans un cadre universitaire



Organisation de la formation

Durée de la formation :
1 350 heures sur 2 ans
en alternance

Rythme d'alternance :
1 semaine au cfa
1 semaine en entreprise

Pas de frais de scolarité ou
inscription pour l'alternant,
formation prise en charge selon
les modalités de l'OPCO.

Organisation pédagogique

Modalités de candidature

Examen du dossier, entretien de motivation, et signature d'un contrat d'alternance.

Méthodes mobilisées

Cours magistraux, ateliers, TD, TP, mode projet, travail en autonomie, entretiens individuels
En FOAD : plateforme e-learning, cours et TP/TD en visioconférence.

Modalités d'évaluations

Devoir sur table, devoirs maison, exposés, projets personnels / de groupes. épreuves ponctuelles écrites et orales, examens blancs.

Qualiopi
processus certifié

■ ■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
- Actions de formation
- Validation des acquis de l'expérience
- Centre de bilan de compétences
- Centre de formation par apprentissage