

BTS COMMUNICATION

BAC +2

Alternance / Initial

OBJECTIFS

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 juridiques.

Il participe à la création des formes et des contenus de communication interne ou externe, dans le cadre de la stratégie fixée par la direction de l'organisation. Il en assure la qualité et la cohérence.

Il coordonne, planifie, budgétise et contrôle les différentes tâches de communication. Il assure le lien entre l'annonceur et les différents intervenants.

MISSIONS EN ENTREPRISE

Le BTS Communication vous donne la possibilité d'accéder aux métiers de la communication qui recouvrent un éventail très large :

- Assistant(e) du responsable de communication (interne ou externe),
- Chargé(e) de communication,
- Assistant(e) de publicité,
- Média vendeur(se),
- Chef(fe) de projet.

Ces métiers peuvent s'exercer dans les entreprises industrielles, commerciales, de services, dans les administrations, les collectivités territoriales, les régies et médias, les agences de communication et agences médias.

MODALITÉS D'ADMISSION

Pour faire acte de candidature, il faut être au moins titulaire d'un diplôme de niveau IV (*Bac général, technologique, professionnel*) et avoir des connaissances informatiques de base.

Sélection : sur dossier, tests écrits et entretien de motivation.

ET APRÈS

Suite à l'obtention de votre BTS, vous pourrez, si vous le souhaitez, poursuivre vos études en intégrant un BAC+3 à l'ISME.



LIEU DE FORMATION ISME

Institut Supérieur de
Management des Entreprises
6 rue du Moulin de la Halvêque
44300 NANTES

CONTACT

Relations Entreprises
& Candidats
02 40 50 56 37
contact@isme.fr

RENTRÉE Septembre

DURÉE 2 ans

FORMAT PÉDAGOGIQUE

Formation initiale
statut étudiant

Formation en alternance
contrat de professionnalisation
apprentissage (selon places disponibles)

Formation continue
CPF, Fongécif

PROGRAMME

Cultures de la communication

- Théories de la communication
- Analyse et critique des cibles et des annonceurs
- Analyse et production du message

Expression et culture en langue vivante étrangère : Anglais

- Consolidation et extension des acquis linguistiques
- Exploitation des sources d'informations professionnelles
- Analyse d'une campagne de communication et de messages compte tenu du contexte linguistique

Economie - Droit

Management des entreprises

- Compréhension des actions de la vie économique
- Fonctionnement des entreprises
- Approche macro-économique (*Consommation, prix-revenus, monnaie et financement de l'économie, etc*)
- Approche juridique de l'entreprise et de son activité commerciale
- Relations de travail et relations inter-entreprises
- Relations juridiques avec les consommateurs
- Élaboration d'un diagnostic d'entreprise
- La définition d'une stratégie
- La définition d'une organisation
- Le financement de l'activité

Règlement d'examen

Intitulé des épreuves	Durée	Coef	Durée	Coef
Enseignements fondamentaux			Enseignements professionnels	
Cultures de la communication	écrit	4 h 3	Relations commerciales	oral 40 mn 4
Langue vivante	écrit	2 h 2	Activités communication	écrit 4 h 4
Oral anglais	oral	20 mn 1	Projet et pratiques de la communication	oral 40 mn 4
Compréhension	oral	25 mn 1		
Économie Droit Management	écrit	4 h 2		

VALIDATION Diplôme d'État.

Veille opérationnelle

- Savoir évaluer le niveau d'information pour diffusion
- Participer à la sécurité d'un système d'information
- Sélectionner les sources d'informations pertinentes puis mettre en place une veille informationnelle

Conseil et relation annonceur

- Gérer les relations annonceurs
- Maîtriser un dossier annonceur
- Savoir choisir et gérer un réseau de prestataires
- Préparer, suivre une prospection et les outils de vente
- Savoir valoriser une proposition commerciale

Atelier de production et projet de communication

- Le passeport professionnel
- Prise en charge du dossier de l'annonceur
- Proposition de solutions
- Réalisation et suivi de projet

Activités de communication

- Stratégie marketing
- Stratégie de communication
- Outils de gestion appliqués à la communication

Gestion de projets

- Méthodologie de l'étude de cas
- Informatique appliqué : Photoshop, inDesign