
















BTS COMMUNICATION

L'activité du titulaire du BTS Communication s'inscrit dans un contexte de forte mutation des métiers de la communication et de la publicité. Une attitude de veille constante et une orientation plus opérationnelle deviennent des dominantes du métier.

OBJECTIFS DU DIPLOME, A TERME :

-  Produire et commercialiser des solutions de communication
-  Mettre en œuvre et suivre des projets de communication
-  Gérer les relations avec les annonceurs et partenaires
-  Mettre en place une veille permanente
-  Coordonner, planifier, budgétiser et contrôler les actions de communication
-  Assurer le lien entre les annonceurs et les différents intervenants
-  Veille opérationnelle

QUALITES REQUISES :

- | | |
|--|---|
|  Intérêt pour le métier |  Dynamisme |
|  Autonomie |  Esprit d'équipe |
|  Rigueur |  Esprit d'initiative, d'analyse et de synthèse |
|  Créativité | |
|  Faculté d'adaptation | |

RYTHME DE L'ALTERNANCE :

Formation diplômante sur 2 années scolaires avec un rythme d'alternance de 2 à 3 jours par semaine (selon planning fourni en début d'année) sur 32 semaines par an.

INTERETS :



- Des salariés présents à plein temps pendant la période estivale de fin mai jusqu'à septembre
- Remplacements saisonniers par des salariés formés

BTS COMMUNICATION :



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. 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.

Chargé(e) de communication
Assistant(e) du responsable de communication interne
Attaché(e) commercial(e)
Attaché(e) du développement et du patrimoine
Responsable de clientèle
Conseiller(ère) commercial(e)
Conseiller(ère) clientèle
Assistant(e) de publicité
Assistant(e) commerciale







Chef de publicité/chef de projet
Média vendeur (euse)
Chef de produit marketing/chargé(e) d'études marketing
Vendeur (euse) d'espace publicitaire
Assistant(e) chef de publicité/chef de publicité junior
Chargé(e) de budget/acheteur média/média planneur
Chef de groupe/Responsable de pôle
Producteur
Chef de projet

Ou la poursuite d'étude en licence.







PROGRAMME DE COURS 1^{ère} et 2^{ème} ANNEE

10 modules de cours dont 4 classiques et 6 spécifiques, et un temps prévu pour le suivi des dossiers :

4 modules classiques

-  Langues vivantes
-  Économie
-  Droit
-  Management des entreprises

6 modules spécifiques

-  Culture de la communication
-  Projet de communication
-  Conseil et relation annonceur
-  Veille opérationnelle
-  Atelier production
-  Atelier relations commerciales

