

**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.