

BTS Communication



Publicité, communication événementielle, solutions média et digitales innovante... Les outils de la communication sont en constante mutation et ce BTS vise à former les futurs professionnels capables de s'intégrer à cet environnement.

La formation s'articule autour des trois blocs d'activités :

- contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication,
- conception et mise en œuvre de solutions de communication,
- accompagnement du développement de solutions média et digitales innovantes.

Si vous êtes capable d'allier la curiosité intellectuelle au sens du concret et de l'initiative, le BTS Communication vous permettra d'exprimer vos compétences.

PROFIL ET QUALITÉS

Polyvalent : Technicien/Organisateur/Commercial

Le titulaire du diplôme est susceptible d'intervenir dans l'ensemble des domaines relatifs à la communication interne et externe des organisations.

Il peut être amené à contribuer à la définition et à la déclinaison de la stratégie de communication de la structure qui l'emploie. En outre, il conçoit et met en œuvre des opérations de communication, qui peuvent revêtir une forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans un cadre commercial, institutionnel, social ...

Son activité principale consiste à produire ou à commercialiser des solutions de communication. Cela implique la mise en œuvre et le suivi de projets de communication, la gestion de la relation avec de nombreux interlocuteurs internes et externes et la mise en place d'une veille permanente, dans un contexte de digitalisation renforcée. Le titulaire du BTS Communication coordonne, planifie, budgétise et contrôle les différentes activités de communication. Son action s'inscrit dans le respect des exigences professionnelles, particulièrement en ce qui concerne la qualité et la déontologie.

Les contextes professionnels dans lesquels le titulaire du diplôme est conduit à travailler couvrent un champ très large. Les interlocuteurs avec lesquels il travaille, son degré d'expertise et d'autonomie, son niveau de responsabilités dépendent du type d'organisation qui l'emploie. Le titulaire du diplôme doit donc développer une compréhension de son environnement professionnel. Il doit également pouvoir s'adapter à la variété des contextes professionnels rencontrés.

Débouchés

La majorité des diplômés trouvent un emploi chez les annonceurs, mais ils peuvent aussi être recrutés en agences ou en régies. Malgré la variété des situations et contextes d'emplois des diplômés du BTS Communication, trois fonctions types émergent, conduisant à des intitulés de postes variés :

- **Un métier de communicant généraliste** : chargé de communication, assistant de communication...

Il contribue ainsi à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie de communication de la structure qui l'emploie. A ce titre, seul ou au sein d'une équipe, il traite l'information et produit des contenus à vocation interne ou externe en faisant appel à des prestataires externes en cas de besoin. Il peut procéder à l'achat de prestations de communication, mais également initier et coordonner des projets en mobilisant différents partenaires.

- **Un métier de communicant avec une orientation digitale** : chargé de communication digitale, webmaster, webmarketeur, community manager, chef de projet web, chargé d'animation web...

Ses principales missions le conduisent à développer la stratégie de communication web et à la décliner à travers la gestion des campagnes de communication digitale, la conception et la production de supports et de flux de communication numérique. En outre, les perspectives offertes par le numérique le conduisent à créer et animer des communautés au service de la communication de l'organisation, en ayant la responsabilité du suivi et de la régulation de l'e-réputation. Il évalue l'impact des actions de communication à travers la mesure et l'analyse de l'audience et du trafic.

- **Un métier de communicant avec une orientation commerciale** (en agence ou en régie) : commercial chargé de la vente d'espaces publicitaires, chargé de clientèle, chargé de communication digitale produits, chargé de référencement des sites web...

Ses principales missions consistent à faciliter, pour l'annonceur, la compréhension du marché et construire une offre publicitaire adaptée.

Les poursuites d'études

Une proportion importante des diplômés choisit de poursuivre des études après le BTS (licences professionnelle, bachelor), qui leur permettent de se spécialiser ou de diversifier. L'accès aux Écoles supérieures de commerce est possible par le biais des concours parallèles de niveau bac+2.

Contenu de la formation

Cultures de la communication, langues étrangères, culture économique, juridique et managériale, contribution à la définition et au pilotage de la stratégie de communication, conception et mise en œuvre de solutions de communication, accompagnement du développement de solutions média et digitales innovantes, ateliers de professionnalisation.

Stages en entreprises : 14 semaines



Inscription

Sur le portail unique www.parcoursup.fr.

