

## PLAN D'ÉTUDES BTS COMMUNICATION

Pré-requis :  
**Bac**  
ou équivalent

Durée théorique :  
**2 ans**  
(inscription garantie pendant 3 ans)  
Possibilité en 1 an, sous certaines conditions\*

Nombre d'heures de formation :  
**2016 heures**

### Objectif de formation

Le titulaire du BTS Communication a pour perspective de concevoir, mettre en oeuvre et gérer des opérations de communication interne ou externe de type publicitaire, relationnel, événementiel et institutionnel. En agence, il/elle a également un rôle commercial et de conseil auprès des annonceurs.

Véritable multispécialiste de la communication, ses missions sont très larges :

- Définition et mise en place d'un plan de communication
- Rédaction des supports de communication
- Coordination, planification, chiffrage et suivi des actions
- Gestion de la relation avec les annonceurs, les prestataires et les partenaires
- Réalisation d'une veille opérationnelle

### Diplôme d'Etat

Le BTS Communication est un diplôme national de l'enseignement supérieur de niveau Bac +2 (niveau III) qui attribue 120 crédits ECTS.

Diplôme d'Etat **BAC +2**



### Stage

La durée de stage est de 14 semaines, réparties sur la période de la formation, dont 6 semaines consécutives en première ou seconde année de scolarité. Les stages servent de support aux deux épreuves professionnelles « Relations commerciales » et « Projet et pratiques de la communication ».

Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

### Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque cours, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 2 devoirs par cours). Pour conclure, à l'issue de chaque unité d'enseignement, vous aurez à effectuer les examens blancs pour vous préparer efficacement aux épreuves (1 à 3 examens blancs par unité d'enseignement).

### Examens

Pour les étudiants résidant en France et dans les DOM-TOM, les examens se dérouleront entre mai et juin dans un des centres de votre académie, et pour les résidents à l'étranger, dans un centre de l'académie dont dépend l'adresse que vous aurez déclarée en France.

\* Valable uniquement pour les étudiants en formation professionnelle continue ou en formation continue (avoir 18 ans minimum + disposer d'une expérience professionnelle ou avoir terminé sa scolarité depuis au moins un an)

# PROGRAMME DU BTS COMMUNICATION\*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p><b>Langue vivante 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)</b></p> <p>- Anglais spécialité Communication : The global company ; The global consumer ; Emerging countries ; Environmental issues and transports ; The world company</p> <p>- Espagnol La expresión del pasado ; Impersonalidad y proposiciones de relativo ; Las particularidades del subjuntivo español ; Expresando el gerundio y ubicándose ; Presosiciones, modo y cantidad ; Proposiciones subordinadas e indefinidos (poco, alguno, diversos, otro) ; Comparando y vinculando ; ¿Ser o estar? Perífrasis con infinitivo ; La expresión de la obligación y el cambio. El verbo dar ; La expresión del futuro, de la condición y de la negación</p> <p>- Italien : Grammaire ; Conjugaison ; La phrase</p>	<p><b>Culture de la communication</b></p> <p>- Expression visuelle : Art et publicité ; Les principaux types de publicité et les différents supports ; Le discours publicitaire ; Le rhétorique publicitaire ; Comment faire émerger le sens d'un corpus ?</p> <p>- Les technologies numériques (CTC) : L'informatique organisationnelle - Bases ; L'informatique organisationnelle - Outils ; L'informatique de production - Bases ; L'informatique de production - web ; L'informatique relationnelle et commerciale</p> <p>- Packaging : Packaging et design packaging ; Stratégie d'image ; L'identité d'un packaging</p> <p>- Psychosociologie de la communication : L'homme et la publicité ; La société et la communication</p>
<p><b>OPTION - Langue vivante 2</b></p>	<p><b>Conception et production des supports de communication</b></p> <p>Présentation de l'industrie graphique ; De la naissance du concept à sa matérialisation ; De la conception à la matérialisation de l'imprimé ; Initiation à la Publication Assistée par Ordinateur (PAO)</p>
<p><b>Economie générale</b></p> <p>La coordination des décisions économiques par l'échange ; La création et la répartition des richesses ; Le financement des activités économiques ; La politique économique dans un cadre européen ; La gouvernance de l'économie mondiale</p>	<p><b>Activités de communication</b></p> <p>- Conseil et relation annonceur : Introduction et histoire de la publicité ; Le marché des annonceurs ; Création et développement de clientèle ; Construction, vente et suivi de la proposition ; Conclusion</p> <p>- Droit de la communication : Le cadre juridique du secteur de la communication ; Le droit de la publicité ; Le droit de la communication hors-média</p> <p>- Mise en oeuvre et suivi projets de communication : Préparer le projet de communication ; Les médias et la communication opérationnelle ; La mise en œuvre du projet de communication ; La production, le transfert et le suivi des relations techniques</p> <p>- Stratégie de la communication : La démarche de communication ; Le cadre de la communication des organisations ; La communication commerciale ; La communication non-marchande</p> <p>- Veille opérationnelle : Veille informationnelle et veille permanente ; Recherche ponctuelle et qualité du système d'information</p>
<p><b>Droit général</b></p> <p>Activités économiques – Les notions générales ; Activités économiques – Les mécanismes fondamentaux ; L'entreprise et l'activité commerciale ; Les relations juridiques entre l'entreprise et le consommateur ; L'immatériel dans les activités économiques</p>	
<p><b>Management des entreprises</b></p> <p>Logique entrepreneuriale /managériale et finalités d'entreprises ; Processus managérial, performance, et prise de décisions ; Stratégies et structures de l'entreprise ; Ressources humaines et production ; Innovation, management des connaissances et cycles de financement</p>	

\* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme