

PLAN D'ÉTUDES

BTS COMMUNICATION

Pré-requis :

Bac
ou équivalent

Durée théorique :

2 ans
(inscription garantie pendant 3 ans⁽¹⁾)
Possibilité en 1 an, sous certaines conditions⁽²⁾

Nombre d'heures de formation :

2506 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 qui attribue 120 crédits ECTS.

Diplôme d'Etat **BAC +2**



Stage

La durée de stage est de 490 heures, soit 14 semaines, réparties sur la période de la formation, dont au minimum 6 semaines consécutives en première ou seconde année de scolarité.

Les stages servent de support aux épreuves E4 « Relations Commerciales » et E6 « 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 examen blanc par unité d'enseignement). Pour des raisons pédagogiques et votre réussite, la réalisation de l'intégralité des devoirs est obligatoire.

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.

(1) La garantie d'inscription de 3 ans n'est pas valable pour les dispositifs de formation professionnelle continue CPF, contrat de professionnalisation, les formations prises en charge par une région et les formations 100 % à distance gratuites et rémunérées par Pôle emploi. Dans le cadre de ces dispositifs, la durée de formation correspond aux dates indiquées dans le contrat. (2) Valable pour les étudiants dont le dossier de positionnement a été validé par le rectorat avant leur inscription.

PROGRAMME DU BTS COMMUNICATION*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p>Expression et culture en langue vivante étrangère 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)</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 ; Preposiciones, 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 negociación</p> <p>- Italien : Grammaire ; Conjugaison ; La phrase</p>	<p>Culture de la communication</p> <p>- Cultures de la communication : Les fondements de la communication ; Analyse des objectifs et cibles de communication ; Analyse critique des annonceurs ; Construction et production du message</p> <p>- Expression visuelle : Art et publicité ; Les principaux types de publicité et les différents supports ; Le discours publicitaire ; La rhétorique publicitaire ; Comment faire émerger le sens d'un corpus ?</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>- Technologies numériques : 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>Économie, droit et management</p> <p>- Droit général : L'entreprise et son environnement juridique ; L'impact du numérique dans la vie de l'entreprise ; Le droit du travail et ses mutations</p> <p>- Économie générale : La coordination des décisions économiques par l'échange ; La création de richesses et la croissance économique ; Le financement des activités économiques ; La politique économique dans un cadre européen ; La gouvernance de l'économie mondiale</p> <p>- Management des entreprises : 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>	<p>Relations commerciales</p> <p>Conseil en 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>OPTION - Langue vivante étrangère 2 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p>	<p>Activités de communication</p> <p>- Stratégie de communication : La démarche de communication ; Le cadre de la communication des organisations ; La communication commerciale ; La communication non-marchande</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>- Conception et production de supports de communication : 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>Projet et pratiques de la communication</p> <p>- Mise en œuvre et suivi de projet 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>- Veille opérationnelle : Veille informationnelle et veille permanente ; Recherche ponctuelle et qualité du système d'information</p>

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