



BTS COMMUNICATION

Diplôme d'Etat

Communiquer est devenu aujourd'hui un impératif pour toutes les sociétés : ce qu'elles fabriquent, ce qu'elles vendent, ce qu'elles sont même, doit être connu du public le plus large possible. Cela se traduit par des opérations de forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans le cadre de campagnes commerciales, institutionnelles, sociales ou publiques.

Le BTS Communication forme des « multi-spécialistes », qui coordonnent, planifient, budgétisent et contrôlent les différentes étapes de la communication. Leur action s'inscrit dans un contexte d'exigences nouvelles, notamment en termes d'impact des nouvelles technologies et de respect de la déontologie et de la qualité.

MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- Salles équipées en matériels vidéo et informatique
- Formateurs issus du monde professionnel avec une forte expérience d'animation pédagogique
- Accès à nos plates-formes pédagogiques

SUIVI ET ÉVALUATION DE VOTRE FORMATION

- Évaluation tout au long de la formation et entraînement aux épreuves de l'examen
- Suivi de la présence en formation par feuille d'émargement
- Validation par la présentation à l'examen d'État
- Taux de réussite session 2022 : 78 %

DURÉE ET RYTHME / 2 ANS

| FORMATION EN ALTERNANCE | FORMATION EN INITIAL |
|--|--|
| 3 jours par semaine en entreprise et 2 jours par semaine à l'école | À temps plein avec périodes de stage en entreprise |

VOS MODALITÉS D'ADMISSION

Pré-requis :
Être titulaire d'un diplôme ou titre de niveau 4 (BAC ou équivalent)

Modalités d'accès :
Tests en ligne et entretien individuel

VOTRE PÉRIODE EN ENTREPRISE

L'enseignement théorique est complété par des périodes de formation en entreprise qui prennent la forme de stages (14 semaines minimum) ou d'une alternance école / entreprise. Ces périodes de formation permettent au candidat de déployer une activité pratique tenant compte des contraintes de la vie professionnelle et d'établir des relations avec le milieu professionnel. C'est aussi l'occasion de développer les qualités professionnelles de base. L'expérience acquise est évaluée au travers des dossiers à présenter à l'examen.

Programme et validation de la formation

COMPÉTENCES – ENSEIGNEMENTS TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS

Cultures de la communication

Définitions de la communication. Théories et modèles de la communication. Histoire et sociologie des médias. L'approche socio-économique, socio-démographique et psychologique des cibles. La culture d'entreprise. La culture des institutions. La culture des associations. Analyse et production du message.

Activités et projets de communication

La démarche de projet de communication. Les fondamentaux du marketing. Les types de communication. La stratégie de communication. Le choix des supports. La gestion opérationnelle. Les techniques de production. Les tableaux de bord. Les documents techniques. Le cahier des charges. L'élaboration de messages et de maquettes (outils, techniques de rédaction, contextes socioculturels...). La gestion et le suivi de la fabrication. Les ateliers « production ».

Veille opérationnelle

Droit de la communication

Conseil et relation annonceur

- Vente de solutions de communication
- Achat de prestations de communication

ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Langues vivante étrangère

L'objectif est de rendre l'étudiant capable de dialoguer dans une perspective professionnelle, d'exploiter des sources d'information professionnelles dans la langue considérée et d'analyser une situation de communication compte tenu du contexte linguistique et socioculturel du pays considéré. Compréhension écrite et orale. Expression écrite et orale.

Économie

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.

Management des entreprises

La logique entrepreneuriale et managériale. Responsabilité sociétale. Le management stratégique et opérationnel. Les décisions et le processus de décision. Le diagnostic stratégique. Les choix stratégiques. La mise en œuvre de la stratégie. Optimisation des ressources technologiques et de la croissance. Financement des activités.

Droit

L'individu au travail. La structure et les organisations. Le contrat, support de l'activité de l'entreprise. L'immatériel dans les relations économiques. L'entreprise face au risque.

| ÉPREUVES | FORME | DURÉE | COEFF. |
|---|--------|---------|--------|
| Cultures de la communication | Écrite | 4h | 3 |
| Expression et culture en LVE – langue A | | | |
| - Compréhension écrite | Écrite | 2h | 2 |
| · Production orale | Orale | 20 min* | |
| - Compréhension orale | Orale | 25 min | 1 |
| Économie, droit et management | | | |
| - Économie et droit | Écrite | 4h | 2 |
| - Management des entreprises | Écrite | 3h | 1 |
| Relations commerciales | Orale | 40 min | 4 |
| Activités de communication | Écrite | 4h | 4 |
| Projet et pratiques de la communication | Orale | 40 min | 4 |
| Épreuve facultative : langue vivante étrangère B | Orale | 20 min* | - |

*Epreuve précédée d'un temps égal de préparation

NOTE :

PIGIER HAUTS-DE-FRANCE
AMIENS – LENS – VALENCIENNES
03 27 32 90 00
amiens@pigier.com
lens@pigier.fr
valenciennes@pigier.com

Qualiopi
processus certifié

