

BTS COMMUNICATION

Objectifs

Former des généralistes en communication maîtrisant l'ensemble des techniques de communication. Participer à la conception, la mise en oeuvre et à la gestion d'actions de communication.

Profil

Ouverture d'esprit, solide culture générale et professionnelle, curiosité et goût pour la culture artistique.

Finalités professionnelles

Ici les finalités professionnelles diffèrent selon le type de structure dans lequel vous serez amenés à travailler. Il peut s'agir d'entreprises industrielles ou commerciales, d'administrations, d'organismes publics ou parapublics, de collectivités locales (mairies, associations de communes, conseils régionaux ou généraux) ou encore d'associations (sportives, culturelles, humanitaires, ou liées à la défense de l'environnement..)

Entreprises avec
un service de
communication

Assitant Directeur de la Communication

Entreprises sans
un service de
communication

Chargé de mission

- Proposition d'actions de communication globales ou spécifiques
- Mise en oeuvre de ces actions

Dans les agences
de conseil

Assistant des responsables commerciaux, de la création ou encore de la fabrication

- Coordination des travaux
- Négociation avec les responsables de fabrication, les médias
- Prospection de la clientèle
- Conception des stratégies de communication
- Présentation des plans de communication aux annonceurs

Dans les régies
(radio, presse,
affichage)

Chargé de mission

- Organisation de la prospection
- Conseil aux annonceurs
- Commercialisation d'espaces publicitaires

Les actions réalisables en entreprise

La liste des actions ci-dessous vous donne une première idée des travaux que vous pouvez et devez être amenés à réaliser au sein des différents services d'une entreprise.

Opérations de préparation des études	Opérations de négociation	Opérations de réalisation & de diffusion d'un message
<ul style="list-style-type: none">- Analyse & diagnostic de la comm. interne & externe- Collecte des informations- Synthèse des informations pertinentes- Compréhension et interprétation des résultats d'une étude- Analyse & contrôle des actions de communication	<ul style="list-style-type: none">- Prospection de la clientèle- Vente d'espaces pub, d'études- Négociation pour l'achat d'espaces- Négociation pour la fabrication	<ul style="list-style-type: none">- Elaboration des documents- Conception des messages- Participation à la production des documents

Les cours

Enseignement professionnel

- atelier de production
- projet de communication
- relations commerciales
- veille opérationnelle
- atelier relations commerciales

Enseignement général

- cultures de communication
- LV1 anglais
- économie / droit

