

Le BTS Communication forme de jeunes professionnels capables de concevoir et déployer des campagnes de communication pour promouvoir des biens, des services, des organisations ou des événements dans tous les secteurs d'activité.

C'est un multispécialiste dont l'activité se situe dans un contexte de mutation fréquente des métiers de la communication, en raison notamment de l'impact des nouvelles technologies. Il évolue dans un environnement hétérogène et complexe en termes de secteurs d'activité, de métiers et d'annonceurs.

- ✦ **Etude et recherches appliquées à la communication** : A partir d'une pme de communication réel, savoir identifier les besoins
- ✦ **Stratégie de communication des entreprises** : Connaître les différentes démarches de communication dans les organisations et les moyens disponibles pour leur mise en oeuvre.
- ✦ **Théories générales de la communication** : Définir la communication selon ses dimensions socio culturelles, psychologiques
- ✦ **Conception rédacton** : Stylistique, rhétorique, recherche de slogans, rédaction d'articles de presse, conception de messages

ORGANISATION DE LA FORMATION

Rythme de l'alternance :
1 semaine en entreprise, 1 semaine en cours.

PROFIL DU CANDIDAT

Bonne culture générale, sens de l'écoute
Capacités rédactionnelles, qualités relationnelles,
Créativité, rigueur, organisation,
Aptitudes commerciales.

CONDITIONS D'ADMISSION

Titulaire du Bac
Sur dossier et sur entretien individuel de motivation.
Portail admission Post Bac : www.admission-postbac.fr
Dossier de candidature sur www.ecole-management-bastia.fr

Les MISSIONS

Conception et suivi de projets de communication
Vente de solutions de communication
Achat de prestations
Veille opérationnelle

POURSUITE D'ETUDES

Bachelor Créative Marketing
et Web stratégie

BAC+3 dans le domaine du
Marketing et de la Communication

OU REALISER SON ALTERNANCE ?

Le titulaire du BTS Communication exerce son activité dans différents types d'organisations :

- ✦ Les annonceurs (organisations à l'origine d'une opération de communication) : entreprises industrielles, commerciales, de services, administrations, collectivités territoriales, associations,
- ✦ les régies et médias
- ✦ les agences de communication (généralistes ou spécialisées) et les agences médias

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

Ecriture personnelle
Synthèse de documents
Analyse de textes à partir d'un thème imposé

MANAGEMENT DES ENTREPRISES

Les différentes logiques entrepreneuriales et managériales dans les entreprises
Le management stratégique et opérationnel
Le processus décisionnel
La démarche stratégique et sa mise en œuvre
L'optimisation des ressources financières, humaines et technologiques de l'entreprise

DROIT

Le cadre juridique
Le droit de la publicité
Le droit de la communication hors média

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE (Anglais)

Révision des bases et acquisition de vocabulaire spécifique
Développement des connaissances des pays dont la langue est étudiée
Compréhension générale de l'oral et l'écrit
Applications concrètes (compte-rendu, résumé)

ÉCONOMIE GÉNÉRALE

La coordination des décisions économiques par l'échange
La répartition des richesses
La création de richesses et la croissance économique
Le financement des activités économiques
La politique économique dans le cadre européen
La gouvernance de l'économie mondiale

MISE EN ŒUVRE ET SUIVI DE PROJETS DE COMMUNICATION

Conduite d'un projet de communication

Prise en charge du dossier de l'annonceur
Proposition de solutions
Réalisation et suivi du projet
Ajustements

Gestion de relations techniques avec des prestataires

Elaboration et diffusion d'éléments techniques
Evaluation technique d'un prestataire

Production de supports et d'opérations de communication

Élaboration de messages
Élaboration de maquettes
Mise en œuvre et suivi d'une production
Réalisation d'opérations de communication

CONSEIL ET RELATION ANNONCEUR

Vente de solutions de communication

Réalisation d'outils commerciaux
Gestion d'un portefeuille-annonceurs
Mise en œuvre d'un plan de prospection

Elaboration d'une proposition commerciale
Conduite d'un entretien de vente
Finalisation d'un accord
Suivi commercial d'un dossier-annonceur
Gestion d'une relation-annonceur

Achat de prestations

Sélection de prestataires
Conduite d'un entretien d'achat
Gestion de relations commerciales avec des prestataires

VEILLE OPERATIONNELLE

Recherche permanente d'informations
Organisation des flux d'informations
Création de liens permanents à des sources d'informations
Recherche et production d'informations ponctuelles
Réalisation d'une étude documentaire
Réalisation d'une étude ponctuelle
Utilisation d'une étude
Diffusion des résultats d'une étude avec la clientèle commerciale
Présentation et diffusion de l'information commerciale