

BAC+ 2 | Alternance & Initial

BTS Communication

Le titulaire du BTS Communication conçoit et organise des opérations de communication publicitaire, événementielle ou relationnelle. Il a également un rôle de conseiller et assure une veille opérationnelle.

Selon la structure dans laquelle il travaille, ces missions fondamentales se déclinent de différentes façons. Dans une entreprise, il est chargé de mettre en œuvre la politique de communication interne ou externe au sein d'un service de communication. Dans les régies et médias, il construit et vend des offres commerciales adaptées aux besoins des annonceurs.

En agence de communication et agence média, il a un rôle d'interface entre les annonceurs, les créatifs et les prestataires.

Objectifs de la formation

- Réalisation des applications logicielles
- Définition du cahier des charges, en prenant en compte les besoins des utilisateurs finaux et les contraintes propres à l'entreprise cliente

Profil

- S'intéresser aux secteurs des applications informatiques et des réseaux
- Rigueur et organisation Appétence pour l'administratif Autonomie
- Esprit d'équipe
- Maîtrise des outils informatiques

Métiers visés

- Acheteur/euse d'espaces publicitaires
- Concepteur/trice-rédacteur/trice
- Assistante communication
- Community manager

Modalités d'admission

- Baccalauréat
- Étude du dossier et entretien de motivation
- Recherche d'un contrat d'alternance
- (soutien du dispositif CARE
- Coaching et Accompagnement

Modalités pédagogique

- Présentiel et e-learning en appui
- Pédagogie dynamique et interactive
- Exercices pratiques
- Travaux en mode projet

Les missions en entreprise

- Acquérir des attitudes et des comportements adaptés au milieu de la communication
- Pédagogie dynamique et interactive
- Exercices pratiques
- Travaux en mode projet
- Dynamiser un site de e-commerce,

DIPLOME

Obtention du BTS (diplôme d'État) si validation de l'ensemble des unités d'enseignement (blocs de compétences) .
Maintien du bénéfice de la validation des unités d'enseignement d'une année à l'autre si obtention d'une note supérieure à 10.

RYTHME

En alternance :
2 jours école / 3 jours entreprise
Contrat en alternance : contrat d'apprentissage de 24 mois
En initial :
stage obligatoire de 70 jours minimum sur 2 ans

ADMISSIONS

Pour faire acte de candidature, il faut être en cours d'obtention ou titulaire d'un bac général, technologique ou professionnel ou d'une certification professionnelle de niveau 4.

Candidature sur pstm.fr | Réponse sous 7 jours

ASSESIBILITES

Accessible aux personnes en situation de handicap.

Pour en savoir plus sur notre mission handicap <https://pstm.fr/NOTRE-MISSION-HANDICAP>

POURSUITE D'ETUDE

- Bachelor responsable communication et Marketing
- Bachelor publicité
- Bachelor communication et marketing
- Bachelor journalisme

COÛT DE FORMATION

- Formation en alternance : Gratuit pour l'étudiant
- Formation en initial : 4300euros par an

LE PROGRAMME DE PSTM

ENSEIGNEMENT GÉNÉRAL

Culture de la communication

- Appréhender et réaliser un message écrit : Respect des contraintes de la langue écrite Synthèse des informations
- Réponse argumentée à une question posée relation avec les documents proposés en lecture
- Communiquer oralement :
- Adaptation en situation de communication

Conseil et relation commerciale

- Administration des ventes
- Maintien et développement de la relation avec les clients Recherche et choix des fournisseurs
- Suivi des opérations d'achats et d'investissement
- Suivi comptable des opérations avec les clients et les fournisseurs

Conseil et relation annonceur

- Réalisation d'outils commerciaux
- Gestion d'un portefeuille-annonceurs
- Mise en œuvre d'un plan de prospection
- Création d'une relation commerciale Elaboration d'une proposition commerciale

Anglais

- Communication écrite et orale
- Recherche d'informations et collecte de documentations
- Explication de texte, synthèse

Veille opérationnelle

- Organisation des flux d'informations
- Création de liens permanents à des sources d'informations Réalisation d'une étude documentaire
- Réalisation d'une étude ponctuelle
- Utilisation d'une étude
- Diffusion des résultats d'une étude
- Mise à jour d'une base documentaire
- Contribution à la qualité d'un système d'information

Culture économique, juridique et managériale

- L'intégration de l'entreprise dans son environnement
- La régulation de l'activité économique
- L'organisation de l'activité de l'entreprise
- L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise
- Les mutations au travail Les choix stratégiques de l'entreprise

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

Chargé (e) de communication interne

- Définir la stratégie de communication
- Choisir les bons outils de communication dans le cadre de ses opérations ; Concevoir la ligne éditoriale des supports de communication
- Rédiger et diffuser les supports de communication de l'entreprise ;
- Assurer une communication descendante (de la direction vers les employés), ascendante (des employés vers la direction) ou horizontale

Concepteur – Rédacteur

- Procède à des recherches documentaires sur le produit à promouvoir, à la suite d'une concertation avec les commerciaux de l'agence
- Identifie le produit ou la marque en fonction du marché potentiel qu'il représente ainsi que sur le plan de la concurrence
- Trouve l'idée originale, à partir de copie stratégie élaborée par le service commercial
- Conçoit le message adapté à la campagne publicitaire
- Participe à la réalisation matérielle de l'ensemble du projet
- Assure le suivi.

Attaché (e) de presse

- Organisation de campagnes de relation presse
- Rédaction et la diffusion de communiqués de presse ;
- Le choix des points et la thématique des communications
- L'organisation de conférences de presse et le choix des participants L'organisation des entretiens avec les journalistes
- La réalisation et la diffusion d'une revue quotidienne ou hebdomadaire pour informer l'opinion publique
- L'analyse de la portée médiatique des événements et des campagnes de communication

Community manager

- Signaler les bugs des fonctionnalités du site et veiller à la disponibilité de la plateforme.
- Coordonner avec les équipes techniques les améliorations à apporter à la plateforme du site Internet.
- Analyser le buzz marketing* et suivre l'image de la marque
- Suivre l'audience des différents supports de la communauté en lien avec le traffic manager**.
- Effectuer un reporting des actions de communication engagées sur ce mode de relation au consommateur.

Modalités d'obtention Indicateurs de performance

- Examen national piloté par le ministère de l'Éducation Nationale
- Contrôle continu permettant de renseigner le livret scolaire

- Obtention du diplôme 2022 : 93%
- Poursuite d'études 2023 : 85%