

OBJECTIFS

Dans un contexte de mutations importantes des métiers de la communication, ce BTS forme des spécialistes susceptibles d'intervenir dans l'ensemble des domaines relatifs à la communication interne et externe des organisations.

Le titulaire du diplôme peut être amené à contribuer à la définition et à la déclinaison de la stratégie de communication de la structure qui l'emploie.

Il conçoit et met en œuvre des opérations de communication sous forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans un cadre institutionnel, commercial ou social notamment.

Au terme de leur formation, ils pourront être amenés à travailler :

- En entreprise privée, organisme public... en tant que communicants généralistes. Contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie de communication de la structure
- En entreprise privée, agences de communication, être communicant avec une orientation digitale. Participer au développement de stratégie de communication web, à la gestion de campagnes de communication digitales, à la conception et la production de supports numériques.
- En agence de communication, régie publicitaire ; communicant orientation commerciale. Accompagner les annonceurs dans la compréhension du marché et construire une offre publicitaire adaptée.

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Le secteur de la communication est un secteur en forte croissance, générateur de valeur ajoutée et dont le potentiel de développement conduit à d'importantes perspectives d'emploi.

La concurrence s'intensifie due à une complexification de l'écosystème et au développement du numérique. Dans ce cadre, on constate une internalisation de plus en plus marquée chez les annonceurs de compétences auparavant recherchées en agence.

Ces évolutions entraînent une croissance de l'emploi d'autant plus que les contextes professionnels dans lesquels le titulaire du diplôme du BTS communication est conduit à travailler couvrent un champ très large, tant en termes de problématiques à traiter, d'interlocuteurs, de type d'organisation, de degré d'autonomie que de diversité des situations rencontrées.

Métiers accessibles :

- Assistant.e en communication ,
- Chargé.e de communication interne,
- Chargé.e d'études média,
- Chargé.e de relations publiques,
- Acheteuse ou acheteur d'espaces publicitaires,
- Assistant.e responsable relation publiques.
- Community manager
- Assistant chef de projet web
- Traffic manager
- Social media manager junior

POURSUITE D'ÉTUDES

L'AFIP propose les formations suivantes :

- Bachelor « Européen en Marketing Digital » Année 3
 - Bachelor « Graphiste Concepteur » Année 3
- Autres :
- Licence, Licence professionnelle,
 - École de commerce,
 - Bachelor communication.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pour accéder à la formation, le participant doit être titulaire d'un :

- Bac techno STMG avec une spécialité « ressources humaines et communication » ou « mercatique » de préférence,
- Bac général avec des spécialités économiques et sociales ou littéraires.

Qualités du candidat attendues :

- Bon niveau de Français en expression écrite et orale,
- Sens du relationnel,
- Esprit de polyvalence et de créativité.

VOIES D'ACCÈS

En Alternance :

- Salarié en contrat d'apprentissage.
- Salarié en contrat de professionnalisation, nous consulter

PROCÉDURE D'ADMISSION

Candidature sur ParcoursSup ou en ligne sur notre site internet www.afip-formations.com via l'onglet « Candidater ».

Tests de sélection, entretien de motivation et étude du dossier par la commission d'admission.





MODALITÉS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Organisation de la formation en alternance :

- Dans le cadre d'un contrat de professionnalisation : 1100 heures réparties sur 2 ans,
- Dans le cadre d'un contrat d'apprentissage : 1350 heures réparties sur 2 ans.

Moyens pédagogiques

- Séances de formation en salle,
- Exposés théoriques,
- Études de cas concrets, Ateliers,
- Laboratoires informatiques.

Encadrement

- L'équipe pédagogique est encadrée par un(e) responsable de filière,
- Les enseignements techniques sont dispensés par des professionnels en activité.

Suivi pédagogique et évaluation

- Évaluation des acquis tout au long de la formation au travers de contrôles sur table, de mises en situation, de dossiers à réaliser,
- Un BTS blanc par année pour mieux préparer les étudiants à l'examen final.

Validation du parcours selon modalités d'examen.

VALIDATION ET MODALITÉS D'EXAMEN

Validation du Brevet de Technicien Supérieur de l'Education Nationale (diplôme d'Etat) : **BTS Communication**

Organisme certificateur : Ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche (RNCP 37198).

Modalités d'obtention du Titre : Épreuves de BTS (organisée en fin de 2^{ème} année selon calendrier académique)

Annexe IV c - Règlement d'examen



BTS Communication	Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités				Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités à pratiquer le CCF étendu		Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle		
	Nature des épreuves et unités	Unité	Coef	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée
Epreuve générale E1 Cultures de la communication	U1	3	Ponctuelle écrite	4h	CCF 2 situations d'évaluation			Ponctuelle écrite	4h
Epreuve générale E2 Langue vivante étrangère 1 :	U2	1,5	Ponctuelle écrite	2h	CCF 2 situations d'évaluation			Ponctuelle écrite	2h
E21 Compréhension de l'écrit et expression écrite	U21								
Epreuve générale E2 Langue vivante étrangère :	U2	1,5	Ponctuelle orale	20 min*	CCF 1 situation d'évaluation			Ponctuelle orale	20 min*
E22 Production orale en continu et en interaction	U22								
Epreuve générale E3 Culture économique, juridique et managériale	U3	3	Ponctuelle écrite	4h	CCF 2 situations d'évaluation			Ponctuelle écrite	4h
Epreuve professionnelle E4 Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication	U4	5	Ponctuelle écrite	4h	Ponctuelle écrite	4h	Ponctuelle écrite	Ponctuelle écrite	4h
Epreuve professionnelle E5 Conception et mise en œuvre de solutions de communication	U5	4	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation			Ponctuelle orale	40 min
Epreuve professionnelle E6 Accompagnement du développement de solutions media et digitales innovantes	U6	3	CCF		CCF			Ponctuelle écrite	3h
EF1 Langue vivante étrangère 2**	UF1		Ponctuelle orale	15 min*	Ponctuelle orale	15 min*	Ponctuelle orale	Ponctuelle orale	15 min*
EF2 Engagement étudiant	UF2		CCF	20 min	CCF	20 min	Ponctuelle orale	Ponctuelle orale	20 min
EF3 Entrepreneuriat	UF3		Ponctuelle orale	20 min	Ponctuelle orale	20 min	Ponctuelle orale	Ponctuelle orale	20 min

*Temps de préparation de 20 minutes

** La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est différente de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire

E2. Seuls les points au-dessus de la moyenne sont pris en compte.

PROGRAMME

ANNÉES 1 ET 2

Cultures de la communication

Langue vivante étrangère : Anglais

Culture économique, juridique et managériale

Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication

- > Prise en charge de la demande de l'annonceur
- > Élaboration du plan de communication dans un environnement digitalisé
- > Piloter un plan de communication

Conception et mise en œuvre de solutions de communication

- > Mettre en œuvre une veille créative et technologique au service de la demande
- > Créer des contenus et des solutions de communication
- > Produire et diffuser des solutions de communication
- > Acheter des prestations
- > Contrôler et évaluer les solutions de communication

Accompagnement du développement de solutions media et digitales innovantes

- > Collecter, analyser et diffuser des informations sur les évolutions de l'écosystème media et digital
- > Construire et positionner une offre media et digitale innovante
- > Accompagner des équipes commerciales dans la valorisation de solutions media et digitales innovantes
- > Conseiller les annonceurs dans la mise en œuvre de solutions media et digitales innovantes

PAO (Suite adobe)

