



WESFORD
GROUPE IFC

NIVEAU 5 / 120 ECTS

BTS COMMUNICATION

DIPLÔME D'ÉTAT DÉLIVRÉ PAR L'ÉDUCATION NATIONALE
FICHE RNCP37198

BAC + 2 | BTS

Positionner l'entreprise sur son marché, optimiser ses relations avec tous ses interlocuteurs, imaginer et créer les supports de communication les plus efficaces, concevoir ses messages, améliorer sa cohésion interne, constituent les composantes des différents métiers de la communication.

L'éventail des structures et des professions de la communication, la mise en oeuvre de techniques nouvelles et évolutives, l'apparition de nouveaux médias contribuent sans cesse à remodeler les composantes de ce métier. En outre, la mise en oeuvre de stratégies de plus en plus innovantes dans des univers sans cesse plus concurrentiels place la communication au coeur des préoccupations et de la stratégie des entreprises modernes.

Dans ce contexte, ce BTS a pour objectif de former des collaborateurs évolutifs spécialisés dans l'ensemble des techniques de communication en entreprises, agences conseil, administrations ou collectivités, capables de s'adapter et d'agir dans un environnement professionnel et socio-économique créatif et dynamique.

RÈGLEMENT D'EXAMEN

| | Durée | Mode | Coef. |
|--|--------------|---------------|------------|
| Culture de la communication | 4h | Écrit | 3 |
| Langue Vivante A : Compréhension et expression écrite Production orale | 2h 20 min | Écrit Oral | 1.5 1.5 |
| Culture Economique, Juridique et Managériale | 4h | Écrit | 3 |
| Contribution à l'Élaboration et au Pilotage de la Stratégie de Communication | 4h | Écrit | 5 |
| Conception et Mise en Œuvre de Solutions de Communication | 40 min | Oral | 4 |
| Accompagnement du Développement de Solutions Média et Digitales Innovantes | 3h | Écrit | 3 |
| Épreuve Facultative Langue Vivante B | 20 min | Oral | |

ET ENSUITE

- › Entrée dans la vie active
- › Poursuite d'études en BAC+3
- › Inscription aux concours de la fonction publique cat. B
- › Concours d'entrée en écoles de commerce

PERSPECTIVES

| | |
|----------------------------------|-------------------|
| Chef de projet web | Community manager |
| Chargé de communication | Webmaster |
| Commercial espaces publicitaires | Traffic manager |
| Social media manager | Webmarketeur |
| Chargé d'animation web | |

MODALITÉS

En Alternance
au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
En formule DECLIC
Stages en entreprise obligatoires.
En formation continue (nous consulter)

CONDITIONS

Niveau scolaire :
Être titulaire du BAC et avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

9 CAMPUS

Alès, Avignon, Clermont-Ferrand,
Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan,
Saint-Etienne et Valence



WWW.WESFORD.IFC.FR



Ce document a été créé en respectant les principes de l'éco-conception graphique.
En réduisant la couverture d'encre, le taux d'encrage des couleurs et en choisissant un papier 100 % recyclé pour l'ensemble de nos documents, nous permettons l'économie de **37 000 litres d'eau**, près de **9 000 kWh d'énergie** et réduisons ainsi de **42 %** notre émission de CO2.

PROGRAMME DE LA FORMATION

CULTURE DE LA COMMUNICATION

- Les conceptualisations de la communication
- Analyse critique des cibles
- Analyse critique des annonceurs
- Analyse critique des messages publicitaires et de leurs supports
- Production du message publicitaire

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- L'univers de la communication
- La communication, élément de stratégie de l'annonceur
- L'analyse de l'environnement externe et interne
- Élaboration de la stratégie de communication et du brief créatif
- Les moyens de communication internes et externes
- Budgétisation et planification du plan de communication
- Mesures de l'efficacité du plan de communication

LA COMMUNICATION EN LANGUE ÉTRANGÈRE

- Production orale en continu et interaction
- Compréhension de l'oral et des documents écrits
- Production de documents écrits

LES ATELIERS PROFESSIONNELS

- Travail autour de situations professionnelles
- L'appropriation des compétences «métier»
- Le développement de l'identité professionnelle de chargé de communication
- Le développement de compétences langagières et rédactionnelles
- Le développement des compétences comportementales et relationnelles
- L'approfondissement ou la contextualisation des notions d'économie, de droit et de management
- L'analyse d'une situation professionnelle, des démarches à mettre en œuvre

LA SOLUTION DE COMMUNICATION

- Le cadre informationnel des activités de communication
- Les acteurs de la communication
- Le travail en mode projet
- La réalisation d'une solution de communication
- Les relations techniques avec les prestataires
- Le contrôle et l'évaluation
- Le droit de la communication
- Les techniques et outils digitaux de la communication

LES SOLUTIONS MÉDIAS ET DIGITALES INNOVANTES

- La collecte et le traitement de données sur les évolutions de l'écosystème
- La construction et le positionnement d'une offre innovante
- L'accompagnement des équipes commerciales
- Le conseil aux annonceurs dans la mise en œuvre de solutions innovantes

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

- La régulation de l'activité économique
- L'organisation de l'activité de l'entreprise et ses choix stratégiques
- L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise
- Les mutations du travail