



BTS

Communication

OBJECTIFS



Le titulaire du BTS COMMUNICATION conçoit et met en oeuvre des opérations de communication, qui peuvent revêtir une forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans le cadre de campagnes commerciales, institutionnelles, sociales ou publiques. Il participe à la création des formes et des contenus de communication interne ou externe, dans le cadre de la stratégie fixée par la direction de l'organisation. Il en assure la qualité et la cohérence. Son activité consiste à produire et à commercialiser des solutions de communication permettant de répondre aux attentes de publics variés. Cela implique la mise en oeuvre et le suivi de projets de communication, la gestion de la relation avec l'annonceur, avec les prestataires et la mise en place d'une veille opérationnelle.

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 les médias,
- les agences de communication (généralistes ou spécialisées) et les agences médias

PROFIL REQUIS :

- Capacité d'écoute et ouverture d'esprit
- Force de persuasion
- Sens du contact et des relations
- Capacité à animer une équipe
- Grande qualité d'expression et de communication
- Aptitude à réagir et volonté d'aboutir
- Désir de convaincre

METIERS :

- Responsable de plan média
- Chef de publicité
- Concepteur rédacteur
- Chargé de communication
- Assistant commercial en régie

CONTENU DE LA FORMATION

Les cultures de la communication

Pour comprendre ou produire des messages, l'étudiant en BTS Communication doit acquérir un bagage culturel suffisant afin d'avoir le recul nécessaire. Cette matière consiste en l'analyse critique d'une situation de communication à partir de son contexte sociologique, en termes d'énonciation de message, de profil de l'annonceur et de la cible.

Langue vivante étrangère

Anglais : l'objectif est de rendre l'étudiant capable de dialoguer dans une perspective professionnelle, d'exploiter des sources d'informations professionnelles dans la langue considérée et d'analyser une situation de communication compte tenu du contexte linguistique et socioculturel du pays considéré.

Droit général

- Approche méthodologique.
- L'individu au travail.
- Les structures et les organisations.
- Le contrat, support de l'activité de l'entreprise.
- L'immatériel dans les relations économiques.
- L'entreprise face au risque.

L'économie

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

Management des Entreprises

- La logique entrepreneuriale et managériale.
- La finalité de l'entreprise.
- Le management stratégique et opérationnel.
- La performance.
- Les styles de direction.
- Les décisions et le processus de décision.
- La définition de la démarche stratégique.
- Les choix stratégiques : la mise en oeuvre de la structure, évolution, mobilisation des ressources humaines.
- Optimisation des ressources technologiques et de la connaissance.
- Financement et activités.

Activités et projets de communication

- La démarche de projet en communication.
- Les fondamentaux du marketing.
- Les types de communication.
- La stratégie de communication.
- Le choix des supports.
- La gestion opérationnelle.
- Les données quantitatives.
- Le budget opérationnel.
- Les techniques de production.
- Les modalités et critères d'évaluation de la performance.
- Les tableaux de bord.
- Les documents techniques.
- Le cahier des charges.
- Le bilan qualité.
- L'élaboration de messages et de maquettes (outils, techniques de rédaction, contextes socioculturels...).
- La gestion et le suivi de la fabrication.
- Les opérations de communication et leur mise en oeuvre.
- L'informatique de production.
- Les ateliers « production ».

Conseil et relation annonceur

- Vente de solutions de communication : la prospection.
- Les outils et supports de prospection et de vente.
- La gestion du portefeuille client.
- Le plan de prospection.
- L'offre commerciale.
- L'argumentaire de vente.
- Le développement des relations commerciales.
- Les stratégies et techniques de négociation.
- La relation client.
- Achat de prestations de communication : les agences de communication.
- Les autres prestataires.
- Les différentes formes d'achat.
- La sélection des offres.
- Les stratégies d'achat.
- La gestion des documents commerciaux.
- L'évaluation des prestataires.
- L'informatique relationnelle et commerciale.
- Les ateliers « relations commerciales ».

Veille opérationnelle

- Le système d'information de l'organisation.
- La méthodologie de la veille informationnelle.
- L'étude documentaire.
- Les méthodologies d'étude.
- Les outils d'analyse des données quantitatives.
- La diffusion des informations.
- L'analyse des informations.
- La mise à jour des bases d'information.
- La qualité et la sécurité d'un système d'information.
- L'informatique organisationnelle.

Droit de la communication

- Le cadre juridique du secteur de la communication : les organisations professionnelles, les organismes de contrôle, les organisations de défense de l'intérêt général.
- Le droit de la publicité : rôle et responsabilité des agences conseil en communication, la propriété intellectuelle de la campagne publicitaire, les publicités interdites, les publicités réglementées.
- Le droit de la communication hors media : la promotion des ventes, le marketing direct, le parrainage et le mécénat, la communication événementielle.

CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission à IGC Rennes se fait sur dossier de candidature et entretien d'admission.

- Être titulaire d'un baccalauréat ou posséder le niveau bac.
- Public concerné : étudiant, salarié, demandeur d'emploi.

RYTHME DE LA FORMATION

Statut étudiant = 30 h de cours hebdomadaires + 14 semaines de stages en immersion totale en entreprise. + visites (en imprimerie, studios, radios, Ouest-France...)

TARIFS

Frais de scolarité : 4390 €

Droits d'inscription : 160 €

«Nos formations ne demandent pas l'inscription sur Admission Post Bac»

NANTES
4 bis rue Maryse Bastier
44700 ORVAULT
02 28 96 06 34

RENNES
74, rue de Paris
35000 RENNES
02 23 21 07 07