

BTS communication



Diplôme
BTS - BTS
Agricole



**Domaine(s)
d'étude**
Communication
et publicité
dans les
organisations



Accessible en
Formation
initiale



Établissements
Lycée Général et
Technologique
Privé Sainte-
Cécile, École
supérieure
Billières - Lycée
technologique
privé, Lycée
général et
technologique
Ozenne, Lycée
général et
technologique
Rive Gauche

Présentation

L'objectif de ce BTS est de former des professionnels de la communication qui commercialiseront et réaliseront des projets de communication interne ou externe. Cette formation comprend l'apprentissage des techniques de mise en œuvre et de suivi de projet. Les élèves apprennent à élaborer des messages, à concevoir des maquettes de produits et à réaliser des opérations de communication. Les enseignements économiques et commerciaux leur apportent les connaissances nécessaires à l'achat et à la vente de prestations, à la gestion d'un portefeuille d'annonceurs. L'apprentissage des outils et des techniques de veille informationnelle ou de gestion de l'information leur donnent les capacités d'alimenter les systèmes d'information numériques.

Admission

Conditions d'admission

- **Admission de droit** : Non
- **Niveau d'études requis** : bac ou équivalent

Contact(s)

Autres contacts

Lycée Ozenne

Adresse

9 RUE MERLY
31070 TOULOUSE CEDEX 07

Email : 0310047h@ac-toulouse.fr

Téléphone : 05 61 11 58 00

Site : [📄 Lycée Ozenne](#)

Modalités d'enseignement : formation initiale

Lycée privé Ste-Cécile

Adresse

1 AVENUE DU BREUIL
81000 ALBI

Email : 0810095n@ac-toulouse.fr ou lt-sainte-cecile-
albi@ac-toulouse.fr

Téléphone : 05 63 46 16 66

Site : [🔗 Lycée privé Ste-Cécile](#)

Modalités d'enseignement : formation initiale

Lycée J Baker

Adresse

85 AVENUE JEAN BAYLET
31081 TOULOUSE CEDEX 01

Email : 0311323v@ac-toulouse.fr

Téléphone : 05 61 43 21 21

Site : [🔗 Lycée J Baker](#)

Modalités d'enseignement : formation initiale

École supérieure Billières - Lycée technologique privé

Adresse

27 RUE DOMINIQUE INGRES
31000 TOULOUSE

Email : contact@billieres.com

Téléphone : 05 62 48 54 85

Site : [🔗 École supérieure Billières - Lycée technologique privé](#)

Modalités d'enseignement : formation initiale

En savoir plus

URL vers le site de l'ONISEP

[🔗 https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456](https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456)

URL vers le site de l'ONISEP

[🔗 https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456](https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456)

URL vers le site de l'ONISEP

[🔗 https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456](https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456)

URL vers le site de l'ONISEP

[🔗 https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456](https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456)

URL vers le site de l'ONISEP

[🔗 https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456](https://www.onisep.fr/http/redirection/formation/slug/FOR.8456)

Infos pratiques

Lieu(x)

 Toulouse

 Albi

Programme

Organisation

En plus des enseignements généraux (culture générale de la communication, langue vivante, culture économique, juridique et managériale), la formation comporte un atelier de professionnalisation et des enseignements professionnels qui occupent deux tiers de l'emploi du temps :

- contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication : univers de la communication (acteurs, métiers, cadre juridique), la communication comme élément de stratégie de l'annonceur (mix marketing, dépôt et protection de marque, positionnement, objectif et cibles de communication), analyse de l'environnement externe et interne (demande de l'annonceur, veille et études, diagnostic et problème de communication), de la stratégie de communication au brief créatif (éléments de stratégie, orientations générales en termes de promesse, preuve, ton, contraintes, notamment RSE), moyens de communication internes et externes (panorama, effet de la digitalisation, droit de la communication) budgétisation et planification du plan de communication (formalisation du budget, articulation et mobilisation des ressources), mesures de l'efficacité du plan de communication (indicateurs de performance, suivi et bilan du plan de communication) ;
- conception et mise en œuvre des solutions de communication : cadre informationnel des activités de communication (méthodologies de veille, techniques et outils d'information, système d'information et sécurité), acteurs de la communication (acteurs du secteur et prestataires), travail en mode projet (démarche projet, gestion des opérations, budget opérationnel), réalisation d'une solution de communication (techniques de créativité de rédaction et de mise en forme, supports de communication, documents techniques, gestion et suivi de fabrication et de production, mise en œuvre des opérations de communication, modalités de diffusion), relations techniques avec les prestataires (formes d'achat, qualification des prestataires, cahier des charges technique, techniques argumentatives et de négociation, documents commerciaux), contrôle et évaluation (des prestataires, de la qualité, de la performance), droit de la communication (droit appliqué aux actions de communication, droit de l'image, propriété intellectuelle, protection des créations), techniques et outils digitaux de la communication (de création, d'analyse, de planification, de référencement et d'optimisation) ;
- accompagnement du développement de solutions média et digitales innovantes : collecte et traitement de données sur les évolutions de l'écosystème média et digital (panorama des médias, veille automatisée, évolutions sociologiques et réglementaires, système d'information marketing), construction et positionnement d'une offre média et digital innovante (écosystème média, organisations professionnelles, modèle économique et offre des régies, innovation, offre des régies publicitaires, enjeux RSE - responsabilité sociétale des entreprises -, relation avec les prestataires et partenaires, démarche marketing des régies et agences), accompagnement des équipes commerciales dans la valorisation des solutions proposées (fonction marketing et fonction commerciale, prospection et fidélisation des clients, argumentaire commercial, outils d'aide à la vente), conseil aux annonceurs dans la mise en œuvre de solutions média ou digitales innovantes (typologie des acteurs conseillant l'annonceur, composante d'une offre, cible et usages, cadre juridique et organisationnel de la proposition de solution, services mobilisés).

Des enseignements facultatifs sont également proposés : langue vivante 2, entrepreneuriat.