

BTS communication

Session 2025

Durée de formation :	2 ans
Niveau de sortie des études :	Bac + 2
Lieu de formation :	75 Rue Jean Jaures 59410 Anzin
Établissement :	PIGIER - L'ECOLE DU COMMERCE Établissement privé

DESCRIPTION DE LA FORMATION

Le BTS communication forme à la conception, à la mise en œuvre et au suivi d'actions de communication.

Les élèves apprennent à élaborer, à appliquer et à piloter une stratégie de communication. Les enseignements apportent les connaissances nécessaires pour établir un diagnostic détaillé, issu d'une analyse des besoins et de l'environnement, d'une identification des objectifs, des cibles, des ressources disponibles, des acteurs à associer, des moyens appropriés...

L'apprentissage des techniques de veille et des techniques rédactionnelles adaptées aux supports de communication, aux objectifs et aux différents publics cible prépare à organiser, à planifier et à coordonner la production et la diffusion de contenus et de solutions de communication, notamment numériques (animation de site Web ou de communautés sur les réseaux sociaux), en collaboration avec différents intervenants et en veillant au respect des délais, du budget, de la qualité et de l'efficacité. Le volet commercial permet de se familiariser avec la rédaction des appels d'offres, la recherche et la sélection de prestataires extérieurs, les techniques de négociation et d'achats de prestations.

Les futurs professionnels développent également les compétences indispensables pour accompagner le développement de solutions média et digitales innovantes (étude sur les évolutions de l'écosystème média et digital, construction et positionnement d'une offre adaptée aux attentes du marché et à l'univers concurrentiel, analyse du portefeuille annonceurs et conception de supports de communication d'aide à la vente, conseils aux annonceurs dans la réalisation de solutions média et digitales innovantes).

ACCÈS À LA FORMATION

Accès

Le BTS communication est accessible avec un bac général, un bac STMG (sciences et technologies du management et de la gestion), un bac pro en lien avec la spécialité (bac pro métiers du commerce et de la vente, métiers de l'accueil...), etc. Accès sur dossier, voire tests et/ou entretien.

ET APRÈS

Le BTS communication est un diplôme conçu pour une insertion professionnelle. Cependant, avec un bon dossier ou une mention à l'examen, il est possible de poursuivre en licence professionnelle dans le secteur des activités et techniques de communication, d'intégrer une école spécialisée dans l'information et la communication, voire, plus rarement, une école de commerce.

ATTENDUS PARCOURSUP

Attendus nationaux de la plateforme d'inscription dans l'enseignement supérieur Parcoursup

- S'intéresser à la stratégie de communication des entreprises ainsi qu'à leur environnement économique et juridique
- S'intéresser aux métiers et enjeux du secteur de la communication
- Disposer de capacités d'organisation et de travail en équipe en mode projet
- Disposer de compétences relationnelles propres aux métiers des services et de la relation client
- Avoir la capacité d'évoluer dans des environnements numériques et digitalisés en évolution constante
- Avoir le goût, la rigueur et la créativité pour élaborer des supports de communication
- Disposer d'une bonne culture générale et de compétences rédactionnelles

CERTIFICATION ASSOCIÉE

BTS communication

Descriptif

Le secteur de la communication est profondément influencé par une digitalisation généralisée qui s'articule autour de ruptures technologiques majeures : la data, les médias sociaux, les équipements informatiques et téléphoniques mobiles disposant d'un accès de plus en plus puissant au numérique, ainsi que les objets connectés. Les techniques actuelles permettent le développement d'une communication ciblée facilitée par un usage massif des smartphones et objets connectés. Ces évolutions influent durablement sur les métiers de la communication. Elles permettent l'optimisation des outils de veille et d'études, et l'émergence de nouvelles opportunités créatives. Elles bouleversent ainsi les méthodes de conception, de production et de diffusion des messages, et transforment les modalités de dialogue entre les marques et les consommateurs. Ces évolutions nécessitent la maîtrise de compétences nouvelles dans les métiers de la communication.

L'émergence de nouvelles attentes sociétales va également se repercuter sur l'écosystème de la communication. Elles s'articulent autour de trois grandes tendances : la diminution de l'acceptabilité de la publicité par les consommateurs, la prise de conscience environnementale, la définition de nouveaux imaginaires de consommation qui doivent tenir compte de préoccupations environnementales et plus largement intégrer les préoccupations sociétales actuelles autour notamment de l'inclusivité, du genre, de la non-discrimination.

Objectifs

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

- Prendre en charge la demande de l'annonceur
- Elaborer un plan de communication dans un environnement digitalisé
- Piloter un plan de communication

Concevoir et mettre en œuvre des 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

Accompagner le développement de solutions média et digitales innovantes

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

Modules

- Unité facultative / Épreuve facultative (Ufac) - 1. Langue vivante étrangère 2
- Épreuve / Unité (EU) - 7 Accompagnement du développement de solutions média et digitales innovantes
- Unité facultative / Épreuve facultative (Ufac) - 3. Entrepreneurat
- Unité facultative / Épreuve facultative (Ufac) - 2. Engagement étudiant
- Épreuve / Unité (EU) - 6 Conception et mise en œuvre de solutions de communication
- Épreuve / Unité (EU) - 5 Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication
- Épreuve / Unité (EU) - 4 Culture économique, juridique et managériale
- Épreuve / Unité (EU) - 3 Langue vivante étrangère 1 : Production orale en continu et en interaction
- Épreuve / Unité (EU) - 2 Langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite
- Épreuve / Unité (EU) - 1 Cultures de la communication

Débouchés

Secteurs d'activités :

Le titulaire du BTS Communication exerce son activité dans toute forme d'organisation, quelle soit publique ou privée.

Il peut prendre en charge la communication d'une organisation, de manière internalisée, ou intervenir en qualité de prestataire externe pour le compte d'un annonceur public ou privé. Il peut ainsi agir d'une entreprise, d'une association ou d'une organisation publique : administration centrale ou déconcentrée, collectivité locale, établissement public.

Lorsqu'il prend en charge la communication d'une organisation de manière internalisée, il intègre un service communication. Dans les petites structures il peut être seul à exercer cette fonction.

Lorsqu'il intervient en qualité de prestataire, il intègre une régie de communication, une agence de communication, de publicité ou événementiel. Au sein d'une équipe il se voit confier un portefeuille d'annonceurs dont il a la responsabilité. Les évolutions conséquentes qui affectent le secteur de la communication ont permis l'émergence de nouveaux prestataires, susceptibles d'employer les titulaires du BTS Communication sur des domaines cibles : communication durable, gestion de la data notamment.

Type d'emplois accessibles :

La réalité de la pratique professionnelle d'un titulaire du BTS Communication est diversifiée. La majorité des diplômés trouvent un emploi chez les annonceurs, mais ils peuvent aussi être recrutés en agences ou en régies.

Malgré la variété des situations et contextes d'emplois des diplômés du BTS Communication, trois fonctions types émergent, conduisant à des intitulés de postes variés :

- **Un métier de communicant généraliste** (on le retrouve essentiellement chez les annonceurs), qui se retrouve sous les appellations suivantes : charge de communication / assistant de communication
- **Un métier de communicant avec une orientation digitale** (on le retrouve chez les annonceurs et dans les agences de communication), qui se retrouve sous des appellations variées : charge de communication digitale, webmaster, webmarketeur, community manager, chef de projet web, charge d'animation web, traffic manager, social media manager
- **Un métier de communicant avec une orientation commerciale** (on le retrouve en agence de communication ou en régie), qui s'exerce sous les appellations suivantes : commercial espaces publicitaires, charge de clientèle, charge de communication digitale produits, charge de référencement des sites web

MÉTIERS PRÉPARÉS

Acheteur/se d'espaces publicitaires	Panneau d'affichage, passage à la radio ou à la télé, encart dans la presse... l'acheteur d'espaces publicitaires doit trouver le meilleur emplacement et au meilleur prix pour offrir à l'annonceur la plus grande visibilité pour sa publicité.
Influenceur/se	Vêtements, cosmétiques, voyages... l'influenceur ou l'influenceuse donne son avis sur de nombreux produits. Il ou elle se met en scène et poste des vidéos sur les réseaux sociaux, afin d'augmenter sa notoriété et de susciter des achats.
Secrétaire	Avec le sourire, le secrétaire jongle avec le téléphone, la souris de l'ordinateur et de nombreux dossiers. Qu'il exerce dans une PME (petite ou moyenne entreprise), dans un service technique ou chez un avocat, sa discrétion et ses initiatives sont appréciées.

Concepteur/rice-rédacteur/rice

Le concepteur-rédacteur travaille à trouver des idées et des mots qui transformeront un slogan publicitaire en une formule-choc qui, peut-être, fera bientôt partie de notre culture...

Sources : Source : Onisep 04.2025