

Dans une entreprise privée, une agence spécialisée, une entreprise ou un organisme public, ce technicien participe à la conception, à la mise en œuvre et au suivi d'actions de communication interne ou externe. En entreprise, il procède aux appels d'offres et négocie avec les prestataires. Si l'entreprise fait appel à une agence, il veille au respect des délais et du budget. S'il est chargé de communication, il propose lui-même des actions.

En agence de communication ou de publicité, il coordonne les activités des commerciaux, des responsables de fabrication et de création. Il peut rechercher de nouveaux clients et négocier. En régie ou dans les médias, il organise la prospection, conseille les annonceurs et commercialise l'espace publicitaire.

➡ Débouchés

Dans les structures disposant d'un service de communication, le titulaire de ce BTS peut s'insérer comme assistant à la direction de la communication.

Il peut être amené à occuper des fonctions de chargé de communication, rattaché à la direction ou exercer des fonctions commerciales, administratives... dans les structures n'ayant pas de service de communication.

Dans les agences, régies ou supports de communication (radio, presse, TV, affichage...), il occupe un emploi d'assistant commercial ou technique ou encore commercial. Suivant la structure, il peut aussi exercer comme attaché de presse, acheteur d'espaces publicitaires.

Métiers accessibles :

- acheteur(euse) d'espaces publicitaires
- chargé(e) de communication interne
- chargé(e) des relations publiques

➡ Accès à la Formation

En priorité :

Bac techno STMG
Bac ES
Bac L

Ceci est la liste des principaux diplômes admis. Les titulaires de Bac Pro qui ont une mention bien ou très bien au bac sont admis de droit dans les BTS correspondant à leur spécialité s'ils remplissent les conditions de candidature.

➡ Programme

| Matières | 1 ère année | 2ème année |
|---|-------------|------------|
| Etude et veille des marchés | 6h | - |
| Informatique commerciale | 3h | - |
| Prospection et suivi de clientèle | 4h | 2h |
| Communication et management interculturels | 2h | - |
| Négociation Vente | - | 5h |
| Négociation vente en LVE | - | 2h |
| Gestion des opérations d'import-export | - | 7h |
| Langue vivante A | 3h | 3h |
| Langue vivante B | 3h | 3h |
| Culture générale et expression | 2h | 2h |
| Environnement économique et juridique | 6h | 6h |
| Langue vivante C (facultatif) | 2h | 2h |
| Aide au partenariat et à la mobilité (facultatif) | 2h | 2h |
| Accès aux ressources documentaires (facultatif) | 3h | 3h |

*horaires hebdomadaires

Grille d'examen

| Épreuves | Coef. |
|--|-------|
| E1 : culture générale et expression | 5 |
| E2 : Langues vivantes étrangères (A et B) | 10 |
| E3 : Environnement juridique et économique | 5 |
| E4 : Etudes et Veille commerciales | 6 |
| E5 : Vente à l'export | 7 |
| E6 : Gestion des opérations d'import- | 6 |
| Epreuve facultative | |
| Langue vivante étrangère C | - |

➡ Descriptif des matières

- de la communication et expression visuelle et production : enseignements exclusivement consacrés à la communication sous tous ses aspects historiques, sociaux, culturels et psychologiques.
- Etablir un cahier des charges et un projet d'étude, en analysant les besoins et les sources d'information nécessaire, et en définissant les modes de collecte de l'information (par consultation, enquêtes, expérimentation...) et les méthodes d'échantillonnage. Statistiques d'entreprise, notions de probabilité et

- techniques quantitatives de gestion (éléments comptables de base, coûts, et budgets).
 - Les deux principales formes de communication dans l'entreprise : la communication commerciale et la communication non marchande avec la communication institutionnelle, sociale et interne, ainsi que les techniques de prospection et de négociation.
- Des actions de communication professionnelle et un stage en entreprise complètent la formation

Stages

14 semaines de stage en entreprise complètent la formation, dont 6 semaines obligatoirement consécutives, en cours de 1^{re} ou 2^e année.

Statistiques

En 2014, dans l'académie de Montpellier : 98 candidats inscrits, 96 présentés, 89 admis (soit 92,71% de réussite).

En 2015, dans l'académie de Montpellier : 110 candidats inscrits, 110 présentés, 92 admis (soit 83,64% de réussite).

En 2016, dans l'académie de Montpellier : 106 candidats inscrits, 105 présentés, 94 admis (soit 89,52% de réussite).

Poursuites d'études

L'objectif du BTS reste l'insertion professionnelle, même si la poursuite d'études est parfois envisageable et de plus en plus fréquente.

Les licences professionnelles

- activités et techniques de communication spécialité communication des entreprises, des associations et des collectivités – Université de La Réunion Saint-Denis (971).
- activités et techniques de communication spécialité communication et management des événements – Université de Poitiers site d'Angoulême (16).
- activités et techniques de communication spécialité communication institutionnelle corporate – Université d'Evry (91).
- activités et techniques de communication spécialité management de l'événementiel – Université Lille 1 (59).
- activités et techniques de communication spécialité management des nouvelles technologies de l'information et de la communication – Université d'Aix-Marseille(13).
- activités et techniques de communication spécialité stratégies et supports de communication – Université du Havre (76).
- activités et techniques de communication spécialité techniques, création et communication audiovisuelles appliquées au multimédia et à la télévision – Université de Lorraine IUT de Saint-Dié (88).
- commerce spécialité commercial de la communication et du multimédia – Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand (63).
- métiers de l'édition spécialité ingénierie et management de projets en communication et

industries graphiques – Université Paris-Est IUT Marne La Vallée (77).

- **Les écoles spécialisées** dans l'information et la communication, comme par exemple les Instituts supérieurs de communication et de publicité (ISCOM), les Ecoles françaises des attachés de presse et des professionnels de la communication (EFAP), les Instituts des médias (ISCPA)...

- Plus rarement, **les écoles de commerce et les IEP.**

Pour connaître les poursuites d'études envisageables en Languedoc-Roussillon, consultez les guides régionaux "Après le Bac: choisir ses études supérieures" et "Après un Bac +2"

Où se former

30 Nîmes

Lycée privé de la CCI (Privé sous contrat)

34 Montpellier

Lycée Jean Monnet (Public)

48 Mende

Lycée privé Notre Dame (privé sous contrat)

66 Perpignan

Lycée polyvalent Aristide Maillol (Public)

Pour en savoir plus

- Guide régional «Après le bac : choisir ses études supérieures»;
- Dossiers « Après le bac », « Les écoles de commerce »; « Etudier et travailler à l'étranger »;
- Diplômes « Du CAP au BTS-DUT »;
- Parcours «Les métiers du marketing, de la vente et de la pub»; « Les métiers du journalisme, de la communication, de la documentation »;
- Infosup « Après un BTS ou un DUT »;
- Fiches métiers ONISEP.

Vous les trouverez au CDI de votre établissement ou au Centre d'Information et d'Orientation (CIO)

N'hésitez pas à rencontrer un conseiller d'orientation-psychologue.