

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 :

Les titulaires de Bac Pro qui ont obtenu un avis favorable du conseil de classe seront prioritaires dans les BTS correspondant à leur spécialité (en application du décret n° 2017-515 du 10 avril 2017 sur l'expérimentation Bac Pro/BTS).

- Bac général (en fonction des choix des EDS en classe de 1^{ère} et Terminale)
- Bac STMG
- Bac pro en lien avec la spécialité (bac pro métiers du commerce et de la vente, métiers de l'accueil ...)

→ Programme

Matières	1 ère année	2ème année
Cultures de la communication	4h	4h
Langue vivante A	3h	3h
Management des entreprises	2h	2h
Economie	2h	2h
Droit	2h	2h
Projet de communication	4h	4h
Conseil et relation Annonceur	3h	3h
Veille opérationnelle	2h	2h
Atelier production	4h	4h
Atelier relations commerciales	2h	2h
Langue vivante B (facultatif)	2h	2h
Aide au partenariat (facultatif)	2h	2h
Accès aux ressources documentaires (facultatif)	3h	3h

*horaires hebdomadaires

Grille d'examen

Épreuves	Coef.
E1 : culture de communication	3
E2 : Expression et culture en langue vivante étrangère	
- sous-épreuve : compréhension et expression écrite – production orale	2
- sous-épreuve : compréhension orale	1
E3 : Economie, droit et management	
- sous-épreuve : Economie et droit	2
- sous-épreuve : management des entreprises	1
E4 : Relations commerciales	4
E5 : Activités de communication	4
E6 : Projet et pratiques de la communication	4
Epreuves facultatives	
Langue vivante étrangère B	-
Engagement étudiant	-

- (1) Cette épreuve vise à identifier les compétences, connaissances et aptitudes acquises par le candidat dans l'exercice des activités mentionnées à l'[article L. 611-9 du code de l'éducation](#) et qui relèvent de celles prévues par le référentiel d'évaluation de la spécialité du diplôme de brevet de technicien supérieur pour laquelle le candidat demande sa reconnaissance « engagement étudiant ». Épreuve obligatoire à la suite de laquelle intervient l'épreuve facultative « engagement étudiant » : E6 Projet et pratiques de la communication

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

Académie de Montpellier

En 2017 : 96 candidats inscrits, 96 présentés, 82 admis (soit 85,42% de réussite).

En 2018 : 101 présentés, 76 admis (soit 75,25% de réussite).

Académie de Toulouse

En 2018 : 121 candidats présents, 90 candidats admis (soit 74,4% de réussite).

En 2019 : 132 candidats présents, 106 candidats admis (soit 80,3% 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 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)
- 31 Toulouse**
Lycée Ozanne (Public)
Lycée Rive Gauche (Public)
- 81 Albi**
Lycée Sainte Cécile (privé sous contrat)

➡ 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 psychologue de l'Education Nationale (PSY-EN).