

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

K.D.F.P
Katy SALOPEK
06.48.14.60.32
k.salopek@kdfp.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Niveau 4 : Baccalauréat (Niveau 4 européen)

Conditions d'accès :

Admission sur dossier : Etre titulaire du Bac ou d'un diplôme équivalent
Créer votre dossier de demande d'inscription
Valider votre entretien dans notre centre de formation
Signer votre contrat d'alternance / de professionnalisation avec une entreprise
Pour qui ? Personnes en parcours POST BAC
Personnes en reconversion professionnelle
Accessible aux personnes en situation de handicap.

Prérequis pédagogiques :

Si vous vous reconnaissez en lisant les qualités suivantes, le BTS Communication est sûrement fait pour vous !
La stratégie de communication des entreprises vous intéresse
Appétence pour l'environnement économique et juridique
S'intéresser aux métiers et enjeux du secteur de la communication
Bonnes capacités d'organisation et de travail en équipe en mode projet
Bonnes compétences relationnelles
Etre à l'aise avec les environnements numériques et digitalisés
Etre rigoureux et créatif
Elaborer des supports de communication
Disposer d'une bonne culture générale et de compétences rédactionnelles

Contrat de professionnalisation possible ?

Oui

Objectif de la formation

Futurs professionnel(le)s de la communication : - Concevoir et organiser des opérations de communication publicitaire, événementielle ou relationnelle. - Assurer un rôle de conseiller et assurer une veille opérationnelle - Mettre en œuvre la politique de communication interne ou externe au sein d'un service de communication - Construire et vendre des offres commerciales adaptées aux besoins des annonceurs - Assurer un rôle d'interface ente les annonceurs, les créatifs et les prestataires

Contenu et modalités d'organisation

CULTURE DE LA COMMUNICATION ? Convoquer les modèles appropriés à la compréhension d'une situation de communication ? Appréhender la construction des discours médiatiques, leur légitimité et leur validité ? Questionner les usages et la réception des médias ? Evaluer la fiabilité d'un contenu ? Appréhender une cible, les représentations et les comportements associés ? Utiliser des codes et des imaginaires appropriés à la cible ? Problématiser les notions d'identité et d'images et leurs enjeux ? Identifier et comprendre les spécificités de l'annonceur ? Mettre en perspective la communication de l'annonceur au regard des enjeux sociétaux ? Percevoir la communication comme une construction ? Identifier les éléments constitutifs du message publicitaire et comprendre les objectifs qu'ils visent ? Identifier les codes des différents supports et les horizons d'attente qu'ils génèrent ? Analyser les moyens d'optimiser la circulation et la réception du message ? Maîtriser la langue écrite ? Mobiliser de manière pertinente des références culturelles (littéraires, artistiques, audiovisuelles) ? Produire un message écrit adapté aux supports, aux objectifs et aux cibles ? Maîtriser les étapes de la conception et de la production du message visuel ? Maîtriser les étapes de l'élaboration et de la production du message audio et vidéo ? Maîtriser les codes et spécificités des différents supports digitaux en vue de l'élaboration de solutions digitales
LANGUE VIVANTE ETRANGERE 1 Compréhension de documents écrits Production et interactions écrites Compréhension orale Expression orale en continu et en interaction
CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE et MANAGERIALE ? Analyser des situations ? Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale ? Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et méthodologies économiques, juridiques ou managériales ? Etablir un diagnostic préparant une prise de décision stratégique ? Exposer ses analyses et propositions de manière cohérente et argumentée ? Prendre des décisions opérationnelles intégrant les dimensions économiques, juridiques et managériales
CONTRIBUTION A

Parcours de formation personnalisable ? Oui Type de parcours Mixte

Validation(s) Visée(s)

BTS communication - Niveau 5 : DEUG, BTS, DUT, DEUST (Niveau 5 européen)

Et après ?

Suite de parcours

Métiers de communicant généraliste
Chargé de communication
Assistant de communication
Métiers de communicant avec une orientation digitale
Chargé de communication digitale
Webmaster
Webmarketeur
Community manager
Chef de projet web
Chargé d'animation web
Traffic manager
Social media manager
Métiers de communicant avec une orientation commerciale
Commercial espaces publicitaires
Chargé de clientèle
Chargé de communication digitale produits
Chargé de référencement des sites web

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00439324	du 23/09/2024 au 07/05/2026	Saint-Paul- lès-Dax (40)	K.D.F.P		Non éligible	
00439325	du 23/09/2024 au 07/05/2026	Saint-Paul- lès-Dax (40)	K.D.F.P		Non éligible	

00532096

du 16/09/2025 au
30/06/2027

Saint-Vincent-
de-Paul (40)

K.D.F.P

Non
éligible

Contrat
pro

00532097

du 16/09/2025 au
30/06/2027

Saint-Vincent-
de-Paul (40)

K.D.F.P

Non
éligible

Contrat
app

00652938

du 07/09/2026 au
30/06/2027

Saint-Vincent-
de-Paul (40)

K.D.F.P

Non
éligible

Contrat
app

00652958

du 07/09/2026 au
30/06/2027

Saint-Vincent-
de-Paul (40)

K.D.F.P

Non
éligible

Contrat
pro