Ref. formation 202412289204

BTS Communication

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

IFPC
Myriam FERRIC
05.59.55.27.83
m.ferric@ifpc-formation.com

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
Inscription directe ou par un conseiller en insertion professionnelle
Information collective

Niveau d'entrée requis :

Niveau 4 : Baccalauréat (Niveau 4 européen)

Conditions d'accès :

Le BTS Communication est accessible à tout titulaire d'un baccalauréat général, bac STMG, bac pro en lien avec la spécialité (bac pro métiers du commerce et de la vente, métiers de l'accueil ...) etc.

Prérequis pédagogiques :

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 Avoir le goût, la rigueur et la créativité pour élaborer des supports de communication Disposer d'une bonne culture générale et de compétences rédactionnelle

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Le BTS communication forme à la conception, à la mise en œuvre et au suivi d'actions de communication interne et externe, au sein d'agences spécialisées en communication, d'entreprises, de collectivités territoriales, ou de régies publicitaires. L'élève apprend à élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication et à produire des supports de communication pour différents publics (élaboration des messages, conception des maquettes de produits et réalisation d'opérations de communication). Il est formé à coordonner des projets en collaboration avec différents partenaires, en veillant au respect des délais et du budget. Les enseignements économiques et commerciaux lui apportent les connaissances nécessaires pour rédiger des appels d'offre, négocier et acheter des prestations auprès de prestataires extérieurs, ou bien pour commercialiser des espaces publicitaires en aidant des clients à construire une offre adaptée à leurs besoins. L'apprentissage des différentes technologies du Web le rend capable de développer une stratégie et de concevoir des supports de communication numériques. Il acquiert les compétences indispensables pour animer des sites web ou des communautés sur les réseaux sociaux, et évaluer l'impact de ses actions à travers la mesure et l'analyse des audiences du trafic.

Contenu et modalités d'organisation

Conformément au référentiel de l'Education Nationale, le programme comprend enseignements général et professionnel avec notamment les matières suivantes : Contribuer à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication : prendre en charge la demande de l'annonceur / Élaborer 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 media et digitales innovantes : collecter, analyser et diffuser des informations sur les évolutions de l'écosystème media et digital / Construire et positionner une offre media et digitale innovante / Accompagner des équipes commerciales dans la valorisation de solutions media et digitales innovantes / Conseiller les annonceurs dans la mise en œuvre de solutions media et digitales innovantes. Cultures de la communication : rendre compte de manière succincte de différentes positions présentes dans un ensemble documentaire à dominante textuelle portant sur une question de société / Mobiliser des exemples d'opérations ou de campagnes de communication illustrant les positions présentes dans l'ensemble documentaire en s'appuyant sur les connaissances acquises et la réflexion menée en cours de formation / Analyser une opération ou une campagne de communication en lien avec la question de société abordée à travers les procédés qu'elle mobilise / Concevoir et rédiger un message dans une situation de communication donnée / Mobiliser les références culturelles qui peuvent le sous-tendre / Justifier la cohérence du message produit au regard de la situation de communication donnée. Langue vivante étrangère 1 (anglais) : compréhension de l'oral / Production et interaction orales / Niveau B2 du CECRL pour les activités langagières suivantes :Compréhension de documents écrits et Production et interaction écrites.

…

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Modularisé**

Validation(s) Visée(s)

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

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Bachelor Marketing Digital et Communication Licence professionnelle en communication, digital, événementiel

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00551247	du 01/10/2025 au 30/06/2027	Boucau (64)	IFPC		Non éligible	Contrat app
00554640	du 01/10/2025 au 30/06/2027	Boucau (64)	IFPC		MON COMPTE FORMATION	FPC