

Durée de formation	2 ans		Recrutement (nombre)	Particularités	Site
Lieux de formation	Lycée Lapérouse	Nouméa	30 étudiants via parcoursup	- Lycée Public – RAN 1 ^{ère} année	Site du lycée Lapérouse
Quels baccalauréats faut-il avoir ?	Bacheliers de séries : - <u>technologiques</u> : STMG Mercatique et RHC de préférence - <u>générales</u> : littérature, philosophie, économie de préférence - <u>professionnelles</u> : commerce, vente, ARCU (Mention B ou TB) de préférence - Étudiants après expérience professionnelle ou réorientation		Places réservées : en moyenne 50% pour les bacheliers technologiques, 40% pour les bacheliers généraux, 10% pour les bacheliers professionnels.		
Quelles questions se poser avant de candidater pour ce BTS ?	1. Ai-je de bonnes capacités à communiquer à l’oral et à l’écrit ? 2. Ai-je de bonnes compétences ou un attrait particulier pour les outils numériques, le web, les réseaux sociaux ? 3. Suis-je capable de travailler en mode projet, c’est-à-dire en équipe avec des délais imposés ?				
Qu’est-ce qui sera attendu de moi pendant la formation ?	1. Travail personnel conséquent exigé : + de 28 heures de cours par semaine 2. Assiduité indispensable pour suivre la formation 3. Gestion des délais : rendre les travaux demandés aux dates exigées pour répondre aux exigences professionnelles 4. Utilisation des outils numériques indispensables à la formation pour l’organisation personnelle, le travail collaboratif, la gestion de projet, la création graphique, les réseaux sociaux, le web, les applications mobiles, les messageries instantanées... 5. Très bonne maîtrise du français écrit et oral. 6. Capacité à travailler en équipe, faire preuve de dynamisme et être force de propositions 7. Investissement et rigueur dans la recherche de stage, engagement sur la durée et attitude professionnelle exigés (14 semaines au total)				
Poursuite d’étude	La poursuite d’études en Licence Pro ou Bachelor puis Master à l’Université ou en Ecoles de communication, est possible dans les domaines de spécialisation suivants : • Arts du spectacle • Communication digitale • Communication visuelle • Design • Edition • Événementiel • Journalisme • Marketing • Tourisme • Photographie...				
Ou insertion Professionnelle	La majorité des diplômés trouvent un emploi chez les annonceurs, mais peuvent aussi être recrutés en agences ou en régies. Les pratiques professionnelles sont variées mais 3 fonctions types se distinguent : - <u>Des métiers généralistes</u> : Chargé de communication, Assistant de communication - <u>Des métiers avec une orientation digitale</u> : Chargé de communication digitale, Community manager, Chef de projet web, Traffic manager - <u>Des métiers avec une orientation commerciale</u> : Commercial espaces publicitaires, Chargé de clientèle, Chargé de référencement des sites web				
Pour aller plus loin	Nouveau référentiel				

Compétences spécifiques du BTS COMMUNICATION et certification

	Compétences principales acquises à l'issue des 2 années de formation	Epreuve	Forme	Coefficient
Bloc n°1 – Contribuer à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication (U4)	Prendre en charge la demande de l'annonceur	E4	Epreuve ponctuelle écrite (4h)	5
	Elaborer le plan de communication dans un environnement digitalisé			
	Piloter le plan de communication			
Bloc n°2 – Concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication (U5)	Mettre en œuvre une veille créative et technologique au service de la demande	E5	CCF 2 situations d'évaluation	4
	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			
Bloc n°3 – Accompagner le développement de solutions média et digitales innovantes (U6)	Collecter, analyser et diffuser des informations sur les évolutions de l'écosystème média et digital	E6	CCF	3
	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			
Cultures de la communication (U1)	Rendre compte de manière succincte de différentes positions présentes dans un ensemble documentaire à dominante textuelle portant sur une question de société	E1	Epreuve ponctuelle écrite (4h)	3
	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			
	Exploiter une base documentaire économique, juridique et managériale			
	Proposer des solutions argumentées en mobilisant des notions économiques, Unité U 3 Culture économique, juridique et managériale 9 juridiques ou managériales et les méthodologies adaptées aux situations proposées			
	Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique			
	Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée			
Langue vivante étrangère 1 (U2 et U22)	Compréhension de documents écrits Production et interaction écrites	E21	Epreuve ponctuelle écrite (2h)	1,5
		E22	Epreuve ponctuelle orale (20'))	1,5