

NOSCHOOL

PROGRAMME DE
FORMATION

BTS

COMMUNICATION

2026

1. PRESENTATION DU BTS COMMUNICATION

Description : Le BTS Communication forme des professionnels en capacité de prendre en charge la communication interne et/ou externe d'une organisation (entreprise, collectivité, association, agence, régie publicitaire, etc.). Dans un contexte numérique en pleine mutation, le titulaire du BTS Communication contribue à élaborer et à piloter la stratégie de communication, à concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication et à accompagner le développement de solutions media et digitales innovantes.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

- Public visé : Titulaires d'un baccalauréat (général, technologique ou professionnel tertiaire).
- Niveau requis : Niveau 4 (Bac ou équivalent).
- Prérequis :
 - Bon niveau d'expression écrite et orale en français, ouverture culturelle.
 - Connaissances de base en outils numériques (bureautique, internet, réseaux sociaux).
- Accessibilité : Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (aménagements possibles après entretien avec le référent handicap).
- Admission : Questionnaire et vidéos de présentation.

2. OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation vise l'obtention du Brevet de Technicien Supérieur Communication, diplôme national de niveau 5. Elle a pour objectif de développer les compétences suivantes :

- 1. Contribuer à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication**

- Analyser la demande de l'annonceur et formuler la problématique de communication.
- Élaborer un plan de communication (positionnement, objectifs, cibles, moyens).
- Piloter le plan de communication, définir des indicateurs de performance et ajuster les actions.

2. Concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication

- Mener une veille créative et technologique.
- Créer des contenus et des messages (textes, visuels, audio, vidéo, digitaux).
- Produire et diffuser les solutions de communication sur des supports adaptés (print, web, réseaux sociaux, événementiel, etc.).
- Gérer l'achat de prestations (relation avec les prestataires, rédaction de cahier des charges, négociation).
- Contrôler et évaluer l'efficacité des solutions mises en œuvre.

3. Accompagner le développement de solutions media et digitales innovantes

- Réaliser une veille sur l'écosystème media et digital.
- Construire et positionner des offres media et digitales innovantes.
- Accompagner les équipes commerciales (argumentaires, outils d'aide à la vente) et conseiller les annonceurs sur leurs problématiques media / digitales.

3. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

BLOC DE COMPÉTENCES 1 : CONTRIBUER A L'ELABORATION ET AU PILOTAGE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

MATIÈRES

- Analyse de la demande de l'annonceur, identification de la problématique de communication.

- Veille informationnelle (macro-environnement, enjeux économiques, sociétaux, technologiques).
- Élaboration du plan de communication (positionnement, objectifs, cibles, moyens offline et online).
- Pilotage du plan de communication : allocation de ressources, management de projet, définition d'indicateurs de performance, analyse de résultats et ajustements.

BLOC DE COMPÉTENCES 2 : CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE DES SOLUTIONS DE COMMUNICATION

MATIÈRES

- Veille créative et technologique, repérage des tendances et innovations.
- Création de contenus et messages (rédaction, conception graphique, élaboration d'éléments audiovisuels, webdesign).
- Production et diffusion (planification, coordination, respect des contraintes budgétaires, organisation d'évènements, campagnes publicitaires, marketing direct, etc.).
- Achats et relations avec prestataires (cahier des charges, négociation, contractualisation).
- Contrôle, évaluation et ajustement (contrôle de la qualité, suivi des indicateurs de performance, mesure de l'efficacité).

BLOC DE COMPÉTENCES 3 : ACCOMPAGNER LE DEVELOPPEMENT DE SOLUTIONS MEDIA ET DIGITALES INNOVANTES

MATIÈRES

- Collecte, analyse et diffusion d'informations sur les évolutions media et digitales (études d'audience, data, usage des réseaux sociaux, comportement des consommateurs).
- Construction et positionnement d'une offre media et digitale innovante (adaptation aux évolutions sociétales, éthiques, environnementales).

- Accompagnement des équipes commerciales : élaboration d'argumentaires, supports d'aide à la vente.
- Conseil aux annonceurs : proposition de solutions media / digitales, suivi de la relation client, évaluation des performances.

MATIÈRES GÉNÉRALES

- **Cultures de la communication (U1) :**
 - Approche critique des médias, analyse des cibles et des annonceurs, sémiologie du message publicitaire, conception du message (textuel, visuel, audio, digital), culture générale appliquée à la communication.
- **Langue vivante étrangère 1 (U21 / U22) :**
 - Niveau B2 du CECRL, compréhension et production écrites et orales en contexte professionnel (rédaction de mails, argumentaires, interactions téléphoniques, réunions, etc.).
- **Culture économique, juridique et managériale (U3) :**
 - Analyse d'entreprises, droit de la communication (protection des données, propriété intellectuelle, réglementations...), aspects économiques et management (pilotage de l'activité, négociation, positionnement marketing, etc.).

(Possibilité d'unités facultatives : Langue vivante 2, Engagement étudiant, Entrepreneuriat)

4. ÉVALUATION ET VALIDATION DES ACQUIS

CONTROLE CONTINU ET EXAMENS :

- CONTROLES RÉGULIERS : Travaux dirigés, devoirs sur table, exposés, exercices pratiques en atelier de professionnalisation.
- EXAMENS BLANCS : Épreuves types (écrit, oral, pratique).
- DOSSIER PROFESSIONNEL : Présentation des productions réalisées (campagnes, supports de communication, etc.) en entreprise ou en atelier.

- SOUTENANCE ORALE : Évaluation de la conception / mise en œuvre de solutions de communication (pour l'U5) et exposition du parcours de professionnalisation (dans le cadre de l'atelier de professionnalisation).

MODALITÉS D'OBTENTION DE DIPLOME :

- **Épreuves terminales** (U1 Cultures de la com, U2 Langue vivante, U3 CEJM, U4, U5, U6).
- **Coefficient global** : validation si moyenne $\geq 10/20$.

EN CAS DE VALIDATION PARTIELLE :

- Si le candidat n'obtient pas le BTS, il conserve le bénéfice des unités pour lesquelles il a obtenu une note égale ou supérieure à 10/20.
- Cette conservation est valable pendant 5 ans à compter de la session d'examen.
- Pendant cette période, il peut se représenter uniquement aux unités non validées.
- À l'issue des 5 ans, si le diplôme n'a toujours pas été obtenu, le bénéfice des notes est perdu et les unités concernées doivent être repassées.

5. STAGE ET ALTERNANCE

- STAGE EN ENTREPRISE : 14 semaines de stage réparties sur les deux années (dont 6 semaines consécutives minimum)
 - Objectifs : Découvrir le milieu professionnel, participer à des missions de veille, création de contenu, suivi de projet, pilotage d'un plan de communication, etc.
 - Les missions réalisées alimentent le portfolio (dossier professionnel) et servent de support pour l'évaluation des blocs de compétences.
- ALTERNANCE :
 - Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation
 - Missions confiées en entreprise : réalisation de supports de communication, développement d'offres média, élaboration de plans de com, suivi des réseaux sociaux, etc.

- MISSIONS CONFIEES EN ENTREPRISE :
 - Réalisation de supports de communication
 - Développement d'offres média
 - Elaboration de plans de com
 - Suivi des réseaux sociaux

6. DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES

MÉTIERS ACCESSIBLES APRÈS LE BTS COMMUNICATION :

- Chargé(e) de communication (interne, externe).
- Chargé(e) de communication digitale, Community manager.
- Assistant(e) chef de projet, Assistant(e) publicité en agence.
- Commercial(e) en régie publicitaire, chargé(e) de clientèle.
- À terme : Responsable de communication, Chef de publicité, Media planner, Responsable média digital.

POURSUITES D'ÉTUDES POSSIBLES :

- Licences professionnelles (Communication, Publicité, Marketing Digital...).
- Bachelor en Écoles spécialisées (Communication, Marketing, Webmarketing, etc.).
- École de commerce en admission parallèle.

7. MODALITÉS PRATIQUES

LIEU DE FORMATION : NOSCHOOL

DURÉE DE LA FORMATION : 2 ans, environ 1 200 à 1 350 h en centre de formation

RYTHME :

- En initial : 14 semaines de stage à effectuer sur les deux années (dont 6 semaines consécutives minimum)
- En alternance : 2 jours au centre de formation / 3 jours en entreprise

TARIF : Variable selon le statut (initial ou alternance)

94 QUAI DE BACALAN - 33300 BORDEAUX

www.noschool.fr / 05 56 49 41 33



NOSCHOOL