

CF COMMUNICATION ET FORMATION



FICHE PROGRAMME

#COMPÉTENCE

BTS COMMUNICATION

DIPLÔME NATIONAL

#ENSEMBLE, CONSTRUISONS VOS PROJETS

www.cf-formation.re



BTS COMMUNICATION

Brevet de Technicien Supérieur



#PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Chef d'orchestre stratégique et opérationnel, le titulaire du BTS communication **accompagne** les organisations dans la mise en oeuvre de leurs actions de communication. Les pratiques professionnelles du métier de communicant seront apprises et employées tout au long de la formation. Elles résultent de la création stratégique, de la création de supports, de la bonne connaissance des **médias**, du réseautage et d'activités concrètes sur le terrain. Notre organisme de formation a pour vocation de **former les futurs professionnels aux aléas, aux défis et aux évolutions du territoire de La Réunion, sur le volet global de la communication**. Avec un rythme spécifique préparant le candidat à la posture professionnelle, l'acquisition de socles solides et le savoir-être seront des leviers nécessaires à l'**employabilité**.

#OBJECTIFS et SAVOIR-FAIRE visés

- >> Conception, mise en oeuvre et suivi d'actions de communication
- >> Élaborer, appliquer et piloter une stratégie de communication
- >> Réaliser un diagnostic détaillé et analyse des besoins de l'environnement
- >> Veille et techniques rédactionnelles
- >> Planification, coordination et production de supports de communication

#DÉBOUCHÉS et LIEUX D'EXERCICE

Les titulaires du BTS Communication peuvent exercer dans des structures (entreprises, associations, administrations, collectivités locales, établissements publics) disposant d'un service de communication internalisé ou en qualité de prestataire, en régie de communication, en agence de communication, de publicité ou d'événementiel.

(Source onisep.fr)

- >> Assistant Communication
- >> Assistant Community manager
- >> Assistant Chef de projet
- >> Assistant Attaché.e de presse
- >> Assistant Chef de pub
- >> Assistant Media planneur
- >> ...

#MODALITÉS

-  **Durée** : 2 ans / 1 an / 9 mois
-  **Lieux** : En présentiel , En distanciel possible
-  **Prérequis** : être titulaire du baccalauréat (niveau 4)
-  **Certification**: Bac+2, RNCP 37198
-  **Format** : alternance / formation continue / formation initiale

Code(s) NSF

320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Code ROME

E1103 - Communication

#MOYENS HUMAINS

Intervenants issus de différents domaines de la communication globale, **experts** sur leurs activités et ayant menés des actions marquantes dans leurs métiers.

Les modalités d'évaluation seront adaptés selon chaque compétence à acquérir et selon les pratiques et l'évolution des métiers.

#MOYENS PÉDAGOGIQUES

>> *Technique* : le CFA dispose d'outils des NTIC (nouvelles technologies d'information et de communication) tels que : appareil RADIO pour podcast et enregistrement studio professionnel, caméra hybride, micros, logiciels d'infographie mis à disposition pendant heures de cours, appareils téléphoniques dernières évolutions pour captation video et photo (réseaux sociaux : montage), logiciels de création vidéo et motion design, imprimante-copieur, tablette, plastification, reliures spirales et classique.

>> *Pédagogie* :

Une liste bibliographique adaptée au domaine de compétence est à disposition (ouvrages print et numériques)

Des scénarios pédagogiques travaillés et adaptés à l'acquisition du domaine de compétence et de l'évolution des métiers exercés + veille opérationnelle

>> *Accompagnement* : Toutes les ressources matérielles et immatérielles du CFA sont mises à disposition de l'apprenant pendant la durée de sa formation. Aussi, des ateliers et des sessions hors référentiel sont prévus, car adaptés à la situation de l'apprentissage des métiers du communicant, notamment sa posture professionnelle, sa gestion du stress, son relais managériale dans le cadre du métier. Le CFA accompagne dans ces soft skills par le biais d'ateliers effectués par des professionnels reconnus de ces domaines. Les apprenants participent et peuvent co-crée des activités sur le terrain du CFA : forum de la communication, présence aux différents salons, publicité médiatique (sous-couvert de validation des parties), etc.

#MOYENS D'ÉVALUATION

L'**acquisition des compétences** liées aux métiers se donnent à voir à travers des séquences d'évaluations portant sur divers aspects :

>> *Théoriques* : la bonne connaissance des matières enseignées (adaptées au vu du référentiel de certification), veille opérationnelle et théorique, permettant de capitaliser le **socle solide de connaissances**

>> *Pratiques* : des mises en situations professionnelles (pour des commanditaires ou fictives), l'évaluation à travers des études de cas sélectionnés se référant aux bonnes pratiques des métiers.

#PROGRAMME

PÔLE D'ACTIVITÉS 1 : CONTRIBUTION À L'ÉLABORATION ET AU PILOTAGE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Activité 1 - Prise en charge de la demande de l'annonceur

- >> Identification et formulation du besoin de l'annonceur
- >> Analyse des caractéristiques de l'annonceur (identité, valeurs,...)
- >> Analyse de l'environnement au moyen d'une veille appropriée
- >> Élaboration d'un diagnostic structuré
- >> Formulation du problème de communication de l'annonceur

Activité 2 - Élaboration du plan de communication dans un environnement digitalisé

- >> Détermination du positionnement de communication
- >> Identification des objectifs et des cibles de communication de l'annonceur
- >> Détermination des moyens de communication appropriés
- >> Formalisation du plan de communication

Activité 3 - Pilotage du plan de communication

- >> Recensement des ressources disponibles
- >> Détermination du besoin d'externalisation
- >> Identification des acteurs à associer
- >> Allocation des ressources à mobiliser
- >> Définition des indicateurs de performance
- >> Analyse des résultats et ajustements

PÔLE D'ACTIVITÉS 2 : CONCEPTION ET MISE EN OEUVRE DE SOLUTIONS DE COMMUNICATION

Activité 1 - Veille créative et technologique au service de la demande

- >> Mise en oeuvre d'une démarche de veille créative et technologique
- >> Prise en compte du plan de communication et du cahier des charges
- >> Exploitation des résultats de la veille pour répondre à la demande, en procédant à des recherches complémentaires

Activité 2 - Création de contenus et de solutions de communication

- >> Réalisation du travail conceptuel préparatoire
- >> Mise en oeuvre des techniques rédactionnelles adaptées aux supports, aux objectifs et aux cibles
- >> Mobilisation d'outils et mise en oeuvre de techniques de conception dans un environnement digital

Activité 3 : Production et diffusion des solutions de communication

- >> Organisation, planification et coordination des activités, en lien avec les différents intervenants
- >> Production de solutions de communication
- >> Diffusion et gestion des contenus numériques sur les réseaux sociaux et sur internet

(suite page suivante ↪)



Activité 4 - Achats et relations avec les prestataires

- >> Rédaction de la demande technique
- >> Recherche, évaluation et sélection de prestataires
- >> Négociation avec les prestataires

Activité 5 - Contrôle et évaluation des solutions de communication

- >> Contrôle de la qualité et de la conformité de la production
- >> Évaluation de l'efficacité des solutions mises en oeuvre
- >> Ajustement des contenus et solutions de communication

PÔLE D'ACTIVITÉS 3 : ACCOMPAGNEMENT DU DÉVELOPPEMENT DE SOLUTIONS MÉDIA ET DIGITALES INNOVANTES

Activité 1 - Collecte, analyse et diffusion d'informations sur les évolutions de l'écosystème média et digital

- >> Exploitation d'études
- >> Veille sur les acteurs et les innovations dans le domaine des médias et du digital
- >> Identification des évolutions culturelles, sociétales et réglementaires
- >> Élaboration et diffusion de synthèse opérationnelles

Activité 2 - Construction et positionnement d'une offre média et digitale innovante

- >> Analyse des offres existantes, des attentes du marché et de l'univers concurrentiel
- >> Intégration des solutions innovantes
- >> Adaptation et construction de l'offre
- >> Positionnement de l'offre

Activité 3 - Accompagnement des équipes commerciales dans la valorisation de solutions média et digitales innovantes

- >> Analyse du portefeuille annonceurs et développement commercial
- >> Élaboration d'argumentaires
- >> Conception et réalisation des supports de communication d'aide à la vente

Activité 4 - Conseil aux annonceurs dans la mise en oeuvre de solutions média et digitales innovantes

- >> Analyse d'une problématique média ou digitale de l'annonceur
- >> Propositions de solutions innovantes stratégiques, créatives ou techniques dans un environnement média et digital
- >> Suivi de la relation client et accompagnement au changement
- >> Évaluation des performances

PÔLES TRANSVERSES

CULTURES DE LA COMMUNICATION

LANGUES

ENGAGEMENT ETUDIANT

ENTREPRENEURIAT

www.cf-formation.re

CF COMMUNICATION ET FORMATION
ORGANISME DE FORMATION - CFA - CONSEIL

direction@cf-formation.re - 0693 21 00 49 / WhatsApp +262 692 19 65 71