



INFOS PRATIQUES

LYCÉE DE LA COMMUNICATION—METZ
3 BOULEVARD D.-F. ARAGO
57070 METZ TECHNOPOLE
03 87 75 87 00
ce.0573281@ac-nancy-metz.fr
www.lycom.fr

Comment venir ?

Metis ligne B direction CHR Mercy
arrêt François Arago

Où manger ?

Restaurant Universitaire - Cafétéria
Pizzeria - Restauration rapide

Où se loger ?

Résidences universitaires et des appartements
à proximité de l'établissement
s'adresser au CROUS

ENSEIGNEMENTS DISPENSÉS

Cultures de la communication 4h
Anglais 3h
Management des Entreprises 2h
Économie 2h
Droit 2h
Projet de Communication 4h
Conseil et Relation Annonceur 3h
Veille Opérationnelle 2h
Atelier Production 4h
Atelier Relations Commerciales 2h
Langue Vivante 2 (facultative) Allemand/Espagnol 2h

BTS COMMUNICATION

.....

PRÉSENTATION

Ce BTS vous apprendra à mettre en œuvre des projets et des actions de Communication, c'est à dire concevoir et réaliser, coordonner, planifier, budgétiser et contrôler les différentes tâches de Communication. Cette formation implique des relations avec les annonceurs et les prestataires techniques des médias ainsi qu'une recherche active et permanente d'informations. Vous travaillerez dans l'environnement hétérogène, évolutif et foisonnant de la Communication.

MODALITÉS D'ACCÈS

À qui s'adresse le BTS Communication ?

- Aux titulaires d'un **Baccalauréat Technologique STMG**
- Aux titulaires d'un **Baccalauréat général**
- Il est nécessaire d'inscrire ses vœux sur le portail **Parcoursup**
- La qualité du **dossier scolaire** et la **lettre de motivation** sont des éléments essentiels

DÉBOUCHÉS

Plusieurs choix s'offrent à vous :

- Une **Licence Professionnelle** en 1 an à l'Université
- Une **École Spécialisée** dans la Communication, Publicité...
- Intégrer la **vie professionnelle**, en tant qu'Assistant Chargé de Communication, Chef de Projet Événementiel, Conseiller Média, Commercial en Régie Publicitaire...

CULTURES DE LA COMMUNICATION

Les Cultures de la Communication (4h de cours hebdomadaires + Atelier « Production » + Atelier « Relations Commerciales ») doivent permettre aux étudiants **d'acquérir le bagage culturel** suffisant pour exercer un **regard critique** sur leur pratique professionnelle. Analyser une situation de communication à partir de son contexte sociologique, étudier le profil de l'émetteur et du récepteur, réfléchir aux modalités d'énonciation et à la conception du message visent à former des professionnels de la communication éclairés par l'association de la culture générale et de la culture professionnelle. Les cours de Cultures de la Communication s'intéressent aux théories de la communication et à l'analyse critique des cibles et des annonceurs ; les ateliers « Production » se concentrent sur l'analyse et la production du message ; les ateliers « Relations Commerciales » permettent de s'interroger sur les enjeux des situations de communication interpersonnelles et professionnelles.

ÉCONOMIE - DROIT - MANAGEMENT

L'enseignement de l'économie, du droit et du management, commun aux sections de techniciens supérieurs tertiaires, vise à **donner une culture dans ces domaines aux étudiants.**

LES STAGES

Les étudiants doivent effectuer **2 stages** qui vont leur permettre de mettre en œuvre les compétences acquises en classe et d'en acquérir de nouvelles.

Les étudiants sont susceptibles d'effectuer leur stage au sein de différents types d'organisations :

- **les entreprises privées**
(agences de communication, sociétés d'événementiel, service communication des grandes entreprises)
- **le service communication des structures publiques**
(mairies, associations, hôpitaux...)

STAGES D'INSERTION PROFESSIONNELLE

- 1^{re} année : **8 semaines**
- 2^e année : **6 semaines**

L'ATELIER

L'atelier est un espace pédagogique animé conjointement par deux enseignants pour mettre en synergie des savoirs complémentaires et assurer un encadrement efficace des activités.

L'atelier production est encadré par un professeur de Cultures de la Communication et un professeur de Projet de Communication. **La Communication par l'image et le texte y est travaillée conjointement.**

C'est un lieu d'apprentissage multiforme et **polyvalent** qui allie autonomie, mise en pratique, travail personnel ou en équipe, **exploitation** de logiciels pour produire des travaux de Communication. Ces travaux pratiques sont fictifs ou réels avec rencontres éventuelles de partenaires extérieurs. Il s'agit **d'acquérir progressivement des compétences professionnelles par l'observation et la pratique de situations simulées ou réelles et professionnelles.** Au cours des deux années seront réalisés par exemple : un logo, des photos pour illustrer une plaquette, des **affiches pour annoncer un événement**, des prospectus et **autres imprimés de communication**, des enquêtes, une revue de presse, des articles et communiqués de presse, la communication complète d'un événement... C'est aussi à cet atelier que l'étudiant(e) peut réaliser son **projet personnel de Communication.**

Exemples de projets réalisés :

Refonte de la communication d'une pharmacie, lancement d'un club hippique, déménagement d'un garage, création de l'identité visuelle d'une association de patinage artistique, portes ouvertes du lycée, partenariat avec des associations telles ELA, les Restos du cœur, le Téléthon pour les accompagner dans leurs opérations de communication...

L'atelier « Relations Commerciales » est encadré par un professeur de Cultures de la Communication et un professeur de Gestion de la Relation Commerciale.

Les activités réalisées soit en groupe, soit individuellement, s'inscrivent dans la fonction commerciale et marketing de l'univers de la communication : la vente d'espaces publicitaires et la gestion de la relation client (en régie ou en agence de communication), la recherche et l'achat de prestations (chez l'annonceur).

Des mises en situations réelles ou des jeux de rôles permettent :

- d'acquérir et maîtriser des éléments de langage professionnel,
- de préparer et animer des réunions de travail,
- de réaliser des documents commerciaux,
- de construire des argumentaires pertinents,
- de conduire un entretien de vente...

L'objectif est d'acquérir et de développer savoir être et savoir-faire pour optimiser la relation commerciale.