

## > NOS ANCIENS ÉLÈVES

Que sont-ils devenus ?

**Charles** > s'investit dans la communication des collectivités territoriales au sein de l'agence Double Mix de Marcq-en-Baroeul.

**Monnelle** > « commerciale en supports, vend des espaces publicitaires pour le compte de la Régie Force 1 à Béthune.

**Guillaume** > concepteur-rédacteur, spécialiste du texte, s'implique dans la rédaction des journaux paroissiaux pour le groupe Bayard Services à Wambrechies.

**Pauline** > est chargée de communication et des relations presse au SDIS (Service Départemental d'Incendie et de Secours du Pas-de-Calais)

**Bénamar** > passionné par la communication événementielle, exerce ses talents dans une agence-conseil en communication de la région parisienne.

**Marc** > est responsable du service communication de la mairie de Noyelles-les-Vermelles.

**Julie** > très intéressée par les relations humaines et la communication interne occupe la fonction de DRH (Directrice des Ressources Humaines) à la mairie de Merville.

## > LES LOCAUX

Le Pôle Enseignement Supérieur Tertiaire du Lycée Malraux se situe à proximité :

- d'une résidence étudiante,
- de la gare,
- d'un centre commercial.

Il regroupe dans un environnement spécifique, l'ensemble des sections tertiaires post-baccalauréat.

Les étudiants bénéficient de bonnes conditions de travail. Ils disposent d'un CDI et de salles équipées en matériel informatique, connexion internet, vidéoprojecteurs, tableau interactif...

## > INSCRIPTION

De janvier à mars,  
se porter candidat sur le site :

[www.admission-postbac.fr](http://www.admission-postbac.fr)

Lycée André Malraux  
Rue de Schwerte  
62400 BETHUNE  
Tél > 03.21.63.12.49  
Fax > 03.21.63.12.40  
>> <http://malrauxbethune.net>



B.T.S.  
Lycée  
André Malraux  
COMMUNICATION



Lycée André Malraux  
314, Rue Massenet  
62400 BETHUNE

## > LE CADRE PROFESSIONNEL

Le titulaire du BTS Communication est capable de produire et commercialiser des solutions de communication permettant de répondre aux attentes de publics variés. Il sait mettre en oeuvre des opérations de communication, dans le cadre de campagnes commerciales, institutionnelles, sociales et publiques, suivre une relation de conseil auprès de l'annonceur et assurer une veille opérationnelle.

Il peut exercer son activité professionnelle :

- > chez l'annonceur : entreprise industrielle ou commerciale, administration, organisme public ou collectivité, association
- > en agence de communication
- > en agence média ou en régie publicitaire

## > LA FORMATION

### PÔLE PROFESSIONNEL

- > Conduite d'un projet de communication
- > Réalisation de messages
- > Production et diffusion des supports de communication (dépliant, affiche, site, spot radio, communiqué presse) en relation avec des prestataires (imprimeurs, régies), en appliquant les technologies de la communication (Photoshop, Illustrator, Indesign...).

### PÔLE RELATIONNEL

- > Recherche de clients «annonceurs», de partenaires (sponsor, imprimeur, etc.) : élaboration d'argumentaires et de dossier sponsoring
- > Recherche de prestataires : rédaction d'un cahier des charges, négociation.

### PÔLE INFORMATIONNEL

Identification des informations nécessaires à l'élaboration des projets de communication ou à la recherche d'annonceurs ou de prestataires.

### FORMATION GÉNÉRALE

- > Expression écrite et orale développée dans les cultures de la communication
- > Connaissance de l'environnement économique et juridique, management
- > Pratique des langues vivantes.

## > PRATIQUE PROFESSIONNELLE

### > STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL

14 semaines réparties sur deux ans.

### > ATELIERS

Travaux pratiques liés au projet de communication et aux relations commerciales avec les annonceurs et les prestataires :

- analyse de supports de communication
- simulation de situations professionnelles (rédaction de scénario, simulation d'entretien)
- réalisation de documents publicitaires (flyers, affiches, mailing, communiqué de presse, spot radio...)

### > PASSEPORT PROFESSIONNEL

L'étudiant renseigne son passeport selon les situations professionnelles qu'il a rencontrées pour construire son projet personnel et préparer son insertion dans le milieu professionnel.

### > CONTRÔLE EN COURS DE FORMATION

Le CCF est une évaluation qui porte sur les compétences et les connaissances acquises dans le cadre de la formation et prise en compte dans la délivrance du diplôme. L'étudiant prépare son dossier durant les ateliers et est évalué par ses enseignants.

### HORAIRES

#### HEBDOMADAIRES

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Cultures de la communication   | 4h |
| Management des entreprises     | 2h |
| Économie                       | 2h |
| Droit                          | 2h |
| Projet de communication        | 4h |
| Conseil et Relation Annonceur  | 2h |
| Veille Opérationnelle          | 2h |
| Atelier production             | 4h |
| Atelier Relations Commerciales | 2h |
| Langue vivante A               | 3h |
| Langue vivante B (facultatif)  | 2h |

