



+ OUVERTURE INTERNATIONALE

Grâce à nos partenaires étrangers

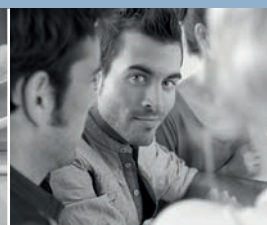
Allemagne, Chypre, Hongrie, Italie, Espagne, Irlande, Grande-Bretagne, Malte, Pays-Bas, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Suède, Turquie, USA, Mexique, Guatemala, Maroc, Portugal, Suisse.

Une cinquantaine d'étudiants par an réalisent un stage à l'étranger, en partie financé par ERASMUS+, l'OFAJ et la BMI. Langues : anglais, allemand et espagnol.

+ DES MOYENS MODERNES

- ➔ un CDI : lieu ouvert à tous qui met à votre disposition des ouvrages documentaires, des abonnements professionnels, des fictions contemporaines (romans, BD), un accompagnement personnalisé et un accès à toutes les ressources, informations et actualités à consulter sur notre portail : <https://021091x.esidoc.fr> accessible depuis le site des Arcades
- ➔ une salle audiovisuelle
- ➔ des salles informatiques
- ➔ des salles spécialisées avec équipements spécifiques
- ➔ la majorité des cours sont dispensés sur un pôle professionnel réservé aux étudiants au 96 rue d'Auxonne

Milan Bernard - cré@tion 10/16 - Reproduction interdite



INSCRIPTION SUR SITE NATIONAL :
www.admission-postbac.fr



lycée privé
Les Arcades Sup'Arcades

13 rue du Vieux Collège
BP 61830
21018 DIJON cedex

Tél : 03 80 68 48 28
lycee@groupearcades.fr

96 rue d'Auxonne
21000 DIJON

Tél : 03 80 68 48 27
suparcades@lyceelesarcades.fr



www.lyceelesarcades.com

Formation BAC+2 BTS COMMUNICATION

Vous aimez la pub, les médias, les relations publiques, l'événementiel, le marketing ?

Vous avez l'esprit Comm' !

+ LE BTS COMMUNICATION EST LA PREMIÈRE POSSIBILITÉ D'ACCÈS AUX MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

La communication est devenue un outil stratégique des organisations, leur permettant de se faire connaître, d'améliorer leur image, d'afficher leurs valeurs, de développer à l'interne un sentiment d'appartenance ...

L'activité du communicant consiste donc en la préparation, le contrôle, la conception, la mise en œuvre, la production, la commercialisation et la diffusion de solutions de communication ainsi que l'analyse de leurs retombées.

Sup'Arcades



+ LES DÉBOUCHÉS

En agences-conseil en communication :

- Assistant-chef de publicité

Dans les grandes entreprises, administrations et collectivités :

- Chargé de communication interne,
- Chargé de communication externe et/ou commerciale

Dans les régies et supports médias :

- Promotion, vente d'espaces publicitaires et conseil auprès des annonceurs

Dans les petites et moyennes entreprises :

- Chargé de communication et d'autres tâches commerciales et administratives

+ LA POURSUITE D'ÉTUDES

- Écoles Supérieures de Communication (CELSA, EFAP, SCIENCES COM...)
- Écoles Supérieures de Commerce
- Universités (LMD, Licences professionnelles)

+ LES AXES DE LA FORMATION

Les cultures de la communication

- Culture générale
- Expression visuelle
- Psychosociologie de la communication
- Cultures Technologiques de la Communication

La maîtrise des méthodes professionnelles

- Stratégie de communication et gestion de projets
- Conseil et relations annonceurs
- Techniques de négociation-vente
- Veille opérationnelle

La connaissance de l'environnement économique et juridique

"Avec cette formation, j'ai acquis des **capacités créatives** : je rédige des messages adaptés à différents publics, je travaille avec des "créatifs". Je suis capable de concevoir une vraie stratégie de communication. Je suis aussi **commerciale** : à l'écoute des besoins de mes interlocuteurs, je sais les convaincre, vendre un projet de communication et prospecter. J'ai aussi développé mon **organisation** pour gérer un budget de communication que l'on me donne et je veille au respect des délais."

Sarah, titulaire d'un BTS communication

+ LA FORMATION DÉVELOPPE

Le goût des contacts, d'un métier varié, des mots, des images et du travail en équipe

Le sens des responsabilités, de la rigueur, de l'initiative et de l'humour

L'aptitude à l'analyse, à la synthèse et à la conduite de projets

+ DES RÉALITÉS PROFESSIONNELLES

14 semaines de stages minimum sur les 2 années de formation, en partenariat avec des associations, des entreprises, ou autres organisations relevant de :

- La publicité (annonces presse, spots radio, affiches ...)
- L'édition (dépliants, plaquettes, journaux d'entreprise)
- La promotion des ventes (jeux concours ...)
- La mercatique directe (publipostage, newsletters ...)
- L'organisation d'événements (expositions, concerts ...)
- Les relations publiques et relations presse
- Les études (de marché, de satisfaction, d'audience ...)
- Les foires et salons
- Les actions de communication interne (séminaires, journaux d'entreprise, livret d'accueil, films ...)
- La réflexion / conception de sites internet

