

# BTS COMMUNICATION

## PRESENTATION DES STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL

---

### 1 - Périodes de stage

Les étudiants du BTS Communication effectuent, au cours de leurs deux années de formation, 14 semaines de stage, réparties en deux périodes :

- Un stage de 8 semaines en fin de 1<sup>ère</sup> année, en mai et juin
- Un stage de 6 semaines en 2<sup>e</sup> année, en novembre et décembre.

### 2 - Contenu des stages

- Un des stages porte sur la conduite d'un **projet de communication** et sur la **production** de supports de communication.
- L'autre stage porte sur la **commercialisation de solutions de communication** : vente d'espaces, recherche de partenaires (sponsoring, mécénat) ou missions similaires.

### 3 - Objectifs des stages

- S'immerger dans des contextes professionnels variés et souvent complexes, en se positionnant du point de vue d'un annonceur ou d'une agence conseil en communication ou d'une régie ;
- Acquérir ou d'approfondir des compétences professionnelles en se confrontant à des situations réelles de travail
- Améliorer sa connaissance du milieu professionnel et des métiers de la communication.

### 4 - Activités pouvant être confiées au stagiaire

Les activités confiées au stagiaire doivent correspondre à une ou plusieurs classes de situations professionnelles décrites ci-dessous.

#### A. Stage de type Projet et production

##### 1. Conduite d'un projet de communication

- s'approprier les informations disponibles sur la situation de l'annonceur et du marché
- proposer des solutions de communication et rédiger le cahier des charges
- gérer le planning et le budget du projet

##### 2. Gestion des relations techniques avec les prestataires

- rédiger le cahier des charges destiné aux prestataires
- préparer et transmettre aux prestataires les documents techniques.
- Suivre le travail des prestataires,
- évaluer chaque prestataire sur le plan technique.

##### 3. Production de supports et d'opérations de communication

- rédaction de messages
- choix d'illustrations
- élaboration de maquettes
- création de supports variés
- organisation d'événement

##### 4. Achat de prestations (cf § B2 ci après)

## **B. Stage de type commercialisation de solutions de communication**

### **1. Vente de solutions de communication**

- prospecter
- élaborer les outils d'aide à la vente
- analyser un portefeuille clients
- mettre en place la relation commerciale
- élaborer la proposition et la présenter à l'annonceur
- assurer le suivi du dossier client jusqu'au suivi de la facturation et du paiement.

### **2. Achat de prestations de communication**

- rechercher et sélectionner des prestataires
- négocier l'achat de prestations
- suivre le dossier d'achat
- entretenir les relations avec les prestataires

## **C. Activités de Veille opérationnelle, communes aux deux types de stage**

### **1. Recherche d'informations**

- identifier les domaines de veille utiles à l'activité de l'organisation
- sélectionner des sources d'informations pertinentes et les activer

### **2. Recherche et production d'informations ponctuelles**

- évaluer le besoin d'information
- mettre en œuvre les méthodologies de collecte de l'information
- exploiter les résultats de la collecte
- élaborer des documents de synthèse et les diffuser aux destinataires concernés.

### **3. Enrichissement d'un système d'information**

- sélectionner les informations pertinentes pour alimenter le système d'information de l'organisation
- supprimer les informations obsolètes
- informer les utilisateurs des mises à jour.

### **4. Amélioration d'un système d'information**

- évaluer la qualité des procédures et la satisfaction des utilisateurs du système d'information
- proposer des ajustements
- appliquer les règles permettant de garantir la sécurité et la confidentialité des informations.