

INFOS PRATIQUES

LYCÉE DE LA COMMUNICATION - METZ

3 Bd DOMINIQUE FRANÇOIS ARAGO
57070 METZ TECHNOPOLE
03 87 75 87 00
ce.0573281@ac-nancy-metz.fr
www.lycom.fr

Comment venir ?

Ligne Mettis B (arrêt François Arago)
Ligne C12 & C17 (arrêt François Arago)

Où manger ?

Restaurant Universitaire,
cafétéria, pizzeria,
restauration rapide

Où se loger ?

Résidences universitaires et
appartements à proximité
(s'adresser au CROUS)

ENSEIGNEMENTS DISPENSÉS

- Bloc 1 : Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication (4h)
- Bloc 2 : Conception et mise en œuvre de solutions de communication (4h)
- Bloc 3 : Accompagnement du développement de solutions médias et digitales innovantes (3h)
- Cultures de la communication (4h)
- Culture économique, juridique et managériale (4h)
- Atelier de professionnalisation (6h)
- LV1 : Anglais (3h)
- LV2 (facultative) : Allemand ou Espagnol (2h)

DÉBOUCHÉS

Plusieurs choix s'offrent aux étudiants à la suite du BTS Communication :

→ Poursuivre les études :

En licence professionnelle, BUT,
bachelor ou école spécialisée...

Dans des domaines variés :

communication, publicité, digital,
événementiel, marketing, relations
publiques...

→ Intégrer la vie professionnelle :

- Assistant chargé de communication
- Chargé de communication
- Chargé de projet événementiel
- Conseiller média
- Assistant chef de publicité
- Commercial en régie publicitaire
- Community manager...



LYCÉE DE LA COMMUNICATION
METZ

BTS COMMUNICATION



PRÉSENTATION

Ce BTS forme des professionnels capables d'imaginer, de créer et de piloter des projets et des actions de communication en étroite collaboration avec de nombreux acteurs, tels que les annonceurs, les agences, les régies publicitaires ou encore les prestataires en communication et média.

Dans un secteur en constante évolution, marqué par la multiplication des supports et des médias, la transformation digitale et de nouvelles attentes sociétales, cette formation développe des compétences à la fois stratégiques, créatives et opérationnelles.

Grâce à une pédagogie ancrée dans la pratique et des périodes de stage, l'étudiant devient un communicant polyvalent, opérationnel, créatif et capable d'accompagner les organisations dans leurs projets, d'imaginer des solutions innovantes et d'évoluer dans un environnement professionnel en mouvement.

MODALITÉS D'ACCÈS

À qui s'adresse le BTS Communication ?

- Aux titulaires d'un **Baccalauréat général**
- Aux titulaires d'un **Baccalauréat technologique STMG**
- 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

BLOC 1 : CONTRIBUTION A L'ÉLABORATION ET AU PILOTAGE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION (4h)

Ce bloc professionnel forme les étudiants aux étapes clés de la réflexion stratégique. Ils apprennent à élaborer **un plan de communication** et à en assurer le pilotage selon les besoins de l'annonceur : réflexion sur les objectifs, les cibles et les messages, budgétisation, planification, choix des canaux ou encore analyse des indicateurs d'efficacité.

BLOC 2 : CONCEPTION ET MISE EN ŒUVRE DE SOLUTIONS DE COMMUNICATION (4h)

Ce bloc professionnel développe **les compétences créatives et opérationnelles**. A partir d'une veille pour s'inspirer des innovations graphiques et digitales, les étudiants conçoivent et diffusent des contenus variés : textes, visuels, vidéos, publications réseaux sociaux, supports print / digital. Ils travaillent également avec des prestataires et évaluent les performances des actions menées.

BLOC 3 : ACCOMPAGNEMENT DU DÉVELOPPEMENT DE SOLUTIONS MÉDIAS ET DIGITALES INNOVANTES (3h)

Ce bloc professionnel plonge les étudiants dans **le monde des médias et de la publicité** en lien avec les agences et les régies publicitaires. Ils analysent des offres média innovantes (formats digitaux, immersifs, social, data, ciblage, audience, retail media...) et accompagnent la démarche commerciale tout en conseillant les annonceurs sur leurs stratégies médias.

CULTURES DE LA COMMUNICATION (4h)

Cette matière permet aux étudiants de comprendre **les mécanismes fondamentaux de la communication** à partir de l'analyse de campagnes et de supports variés. Ils apprennent ainsi à construire des messages adaptés, cohérents et créatifs. Un atelier d'écriture hebdomadaire renforce leurs compétences rédactionnelles.

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE (4h)

La CEJM apporte les connaissances nécessaires pour **comprendre l'environnement** dans lequel évoluent les organisations privées et publiques d'un point de vue économique, juridique et managérial.

ANGLAIS (3h)

L'enseignement de l'anglais développe les compétences de compréhension et d'expression, à l'écrit comme à l'oral. Il met l'accent sur **le vocabulaire professionnel**, la communication internationale et la prise de parole dans des situations proches du métier.

ATELIER DE PROFESSIONNALISATION (6h)

L'atelier constitue un espace privilégié où les étudiants mettent **en pratique l'ensemble des compétences acquises**. Ils y travaillent sur des projets concrets, parfois en partenariat avec de vrais annonceurs, ce qui les conduit à répondre à des briefs, gérer un planning, produire des contenus, réaliser une veille ou encore analyser des résultats.

C'est aussi un lieu d'accompagnement : constitution du portfolio, préparation des évaluations professionnelles, organisation des projets, préparation à la recherche de stage et à l'insertion professionnelle (CV, lettre de motivation, entretien), construction d'une posture professionnelle...

Exemples de travaux réalisés : 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, l'organisation d'événements...

LES STAGES

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

2 périodes de stages en BTS :

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

Les stages peuvent se dérouler dans tous secteurs liés à la communication :

- Les entreprises privées, les organisations publiques ou les associations (au sein du service communication)
- L'écosystème de la communication : les agences (communication, événementiel, publicité, web...), les régies publicitaires, les médias...