

LES NOUVEAUTÉS DU NOUVEAU RÉFÉRENTIEL DU BTS COMMUNICATION DES ENTREPRISES

Les informations fournies ci-après sont susceptibles de modifications après la publication du référentiel officiel.

I - APPELLATION DU DIPLOME

- Le nom du BTS change : il devient BTS Communication (*versus* BTS Communication des Entreprises précédemment).
- Le titulaire du nouveau BTS Communication doit être capable de remplir 3 missions :
 - la mise en place et le suivi de projets de communication ;
 - le conseil et la relation annonceur ;
 - la veille opérationnelle.
- La formation s'adapte à la demande des professionnels de la communication.

II - ORGANISATION DE LA FORMATION (28 h/semaine)

A - Les trois domaines de formation professionnelle

La formation s'articule autour de 3 fonctions :

- **Fonction 1 (F1) : mise en œuvre et suivi de projets de communication.**

L'étudiant doit analyser la commande de l'annonceur, conduire le projet de communication, gérer les relations avec les prestataires, concevoir et réaliser les moyens de communication (choix des supports et des outils,...).

- **Fonction 2 (F2) : conseil et relation annonceur.**

Ce qui implique la création et le développement de clientèle, la construction de propositions (analyse du contexte de l'annonceur, identification et analyse des besoins de l'annonceur, brief ou appel d'offres, évaluation des solutions de communication,...), la négociation et la vente de la proposition, le suivi de la relation.

- **Fonction 3 (F3) : veille opérationnelle.**

L'étudiant doit participer à l'organisation de la veille informationnelle, l'exploitation des études existantes et l'enrichissement de la base de connaissances, la mise en œuvre et l'exploitation d'une recherche ponctuelle,...

B - Les situations professionnelles

Afin de permettre à l'étudiant d'atteindre un niveau de performance attendu dans le secteur de la communication, les compétences nécessaires ont été identifiées pour chacune des fonctions (F1, F2, F3) et sont mobilisées dans les situations de travail.

■ Ainsi, par exemple, dans la fonction F1, l'étudiant doit, après s'être approprié des informations disponibles sur la situation de l'annonceur et du marché, proposer des solutions de communication qui renforcent le projet de communication, rédiger un cahier des charges, élaborer les messages, élaborer des maquettes, mettre en œuvre la production des supports et des moyens de communication, proposer un plan média...

■ Dans la fonction 2 (F2), l'étudiant est amené à mettre en place la relation commerciale avec l'annonceur, élaborer la proposition et la présenter à l'annonceur, assurer le suivi du dossier lorsque la vente est effective. Il a en charge la gestion du portefeuille annonceur. Il doit mener à bien la négociation d'achat de prestations grâce à un réseau de prestataires qu'il s'est constitué.

■ La fonction 3 (F3) s'exerce également dans des situations concrètes.

C - Les savoirs associés du domaine général

1. Les Cultures de la Communication (CC)

Pour comprendre ou produire des messages, l'étudiant en BTS Communication doit acquérir un bagage culturel suffisant afin d'avoir le recul nécessaire à l'analyse critique d'une situation de communication. La matière « Cultures de la Communication » consiste en l'analyse critique d'une situation de communication à partir de son contexte sociologique, en termes d'énonciation de message, de profil de l'annonceur et de la cible. Cette matière intervient aussi bien dans l'interprétation, la gestion d'une situation de communication que dans la rédaction du message.

2. Les Cultures Technologiques de la Communication (CTC)

Les CTC fournissent à l'étudiant en communication des compétences dans le domaine des technologies numériques requises par les métiers de la communication, et une réflexion sur leurs utilisations. Elles permettent à l'étudiant d'acquérir des connaissances opérationnelles, notamment au travers des ateliers « Production » et « Relations Commerciales ».

Les compétences numériques proprement dites se subdivisent en :

- « Informatique organisationnelle », visant l'autonomie et l'adaptabilité du futur diplômé sur son lieu de travail ;
- « Informatique de production », développant les compétences requises dans la production ou le suivi de production de supports de communication ;
- « Informatique relationnelle et commerciale », plus particulièrement adaptée au conseil et à la relation annonceur.

☞ Les « Cultures de la Communication » et les « Cultures Technologiques de la Communication » se substituent aux anciennes matières du BTS Communication des Entreprises suivantes :

- Culture Générale et Pratique de la Communication ;
- Psychologie de la Communication ;
- Expression Visuelle et Production.

3. Le Droit de la Communication

Le corpus du droit a été modifié afin de l'adapter à la communication, ce qui n'était pas le cas de l'ancien programme qui était très généraliste et étranger aux attentes fortes des professionnels : la réglementation en matière de communication est toujours plus importante face à des situations conflictuelles qui se multiplient. Avec le nouveau référentiel, le Droit général est complété par le Droit de la Communication dont la finalité première est de fournir à l'étudiant en communication les savoirs associés au cadre légal d'exercice des activités professionnelles de communication.

C'est ainsi que seront étudiés : le droit de la publicité, le droit de la communication hors-média, les organisations professionnelles, les organismes de contrôle et les organismes de défense de l'intérêt général...

☞ Les enseignements à caractère général (Droit général, Économie générale et Management des entreprises) ne font l'objet d'aucune modification substantielle en termes de contenu.

Il en est de même des langues.

III - LES CONDITIONS D'ACQUISITION DE LA PROFESSIONNALITÉ

A - Les stages en milieu professionnel

Ils répondent aux mêmes objectifs que dans l'ancien référentiel (voir guide *Bien choisir mes études après un Bac STG*, p. 130). Par contre leur durée a été allongée : 14 semaines contre 12 auparavant. Le stage est à effectuer en 2 temps sur les deux années avec une période minimale de 6 semaines, soit en 1^{re} année soit en 2^e année.

B - Le projet de communication

Le titulaire du BTS Communication doit, pendant sa formation, avoir été familiarisé à la gestion de projets et avoir eu recours à des outils méthodologiques de mise en place et de suivi de projets (voir fonction 1).

Le projet de communication consiste à concevoir et mettre en œuvre une ou des solution(s) de communication qui répondent au problème spécifique d'un annonceur (commanditaire), en tenant compte des contraintes et ressources disponibles.

Le projet se distingue des actions ponctuelles. Il suppose une durée de plusieurs semaines et aboutit, le plus souvent, à la réalisation de productions.

Étant une mise en situation professionnelle réelle, le projet de communication doit impérativement être vécu par l'étudiant et ne peut donc prendre sa source dans des activités simulées. Le projet doit permettre à l'étudiant d'acquérir de la professionnalité en situation réelle (il s'appuiera en effet, notamment, sur une demande rencontrée dans un des lieux d'accueil de stages) sous la responsabilité du tuteur (responsable de stage...) et d'un enseignant.

Un passeport professionnel, recensant les situations professionnelles liées au projet, servira d'appui à l'évaluation du projet dans le cadre de l'épreuve E6 (voir plus loin). Une fiche de présentation du projet sera remplie par le candidat et validée par le responsable du projet et l'enseignant qui en a assuré le suivi.

C - Les ateliers

1. Les ateliers « Production »

Un atelier « Production », placé sous l'encadrement de deux enseignants travaillant de façon coordonnée, est une séquence de travail reposant sur une thématique liée à des situations professionnelles réellement vécues ou susceptibles de l'être et relevant de compétences de la fonction 1 (mise en œuvre et suivi de projets de communication). Il s'agit d'un travail de production comportant une dimension rédactionnelle amenant les étudiants à résoudre une situation professionnelle et à la conceptualiser.

L'évaluation de l'étudiant se fait en cours de formation par les enseignants : l'étudiant pouvant ainsi valider durant les ateliers tout ou partie de son portefeuille de compétences.

2. Les ateliers de « Relations commerciales »

Ils permettent de développer les compétences relationnelles dans des contextes marqués par les représentations sociales, les cultures et les enjeux différents des acteurs d'une situation de négociation, et les compétences en termes de langage, d'argumentation, nécessaires pour préparer et mener à bien une négociation. Ces ateliers sont encadrés par deux professeurs de façon à assurer la complémentarité de la Culture et de la Négociation commerciale.

D - Le passeport professionnel

Le passeport professionnel possède une double finalité, de formation et d'évaluation :

- pour l'étudiant et les professeurs, il permet de faire le point en cours de formation sur l'acquisition durable de compétences résultant d'expériences professionnelles, qu'il pourra valoriser, à l'issue de la formation, lors de ses recherches d'emploi ;
- pour l'évaluateur, le passeport sert de support à l'évaluation du niveau de maîtrise des compétences professionnelles du candidat lors des épreuves E4 et E6 (voir plus loin). Quelle que soit la modalité de l'évaluation (Contrôle en cours de formation [CCF] ou ponctuelle), l'évaluateur peut ainsi apprécier le degré de couverture du référentiel.

Le passeport professionnel se présente sous la forme d'un tableau vierge que le candidat remplit tout au long de sa formation à partir de situations de travail emblématiques, décrites de façon synthétique.

Le passeport professionnel est mis à la disposition des membres des commissions d'interrogation des épreuves E4 et E6 (voir plus loin).

À travers le passeport professionnel, le candidat doit pouvoir démontrer :

- qu'il a mobilisé un ensemble de connaissances au service de la résolution de problèmes dans le cadre d'une relation commerciale ou d'un projet de communication ou à l'occasion de la production de supports de communication ;
- qu'il a une compréhension exacte de la situation dans laquelle il est intervenu ;
- qu'il est capable d'apprécier le degré de richesse et de pertinence de l'ensemble des situations professionnelles rencontrées par rapport au champ de compétences défini par le référentiel et par rapport à son projet professionnel.

IV - RÈGLEMENT D'EXAMEN

BTS COMMUNICATION				
Intitulés et coefficients des épreuves et unités			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités	
Épreuves	Unités	Coef.	Forme	Durée
E.1. Cultures de la communication	U.1	3	Ponctuelle	4 heures
E.2. Expression et culture en langues vivantes étrangères - Langue A *		2	Ponctuelle Écrit Oral	2 heures 20 minutes ⁽¹⁾
E.3. Économie, droit et management - E31. Économie et Droit - E32. Management des entreprises	U.3 - U31 - U32	3	Ponctuelle Écrit	4 heures
E.4. Relations commerciales	U.4	4	CCF **	2 situations d'évaluation ⁽²⁾
E.5. Activités de communication	U.5	4	Ponctuelle Écrit	4 heures
E.6. Projet et pratiques de la communication	U.6	4	CCF **	2 situations d'évaluation ⁽²⁾

(1) Non compris le temps de préparation de 20 minutes.

* Les langues vivantes autorisées pour cette épreuve sont les suivantes : anglais, allemand, italien et portugais.

** Contrôle en cours de formation.

(2) Commentaires :

■ **Épreuve E4 - Relations commerciales** :

Cette épreuve comprend deux situations d'évaluation :

1. **Forme ponctuelle (orale, durée : 40 minutes).**

L'épreuve prend appui sur un dossier comprenant le passeport professionnel du candidat. Sans le passeport professionnel le candidat ne peut pas être interrogé.

L'épreuve se déroule en deux temps : (1) entretien sur les situations d'achat et de vente (10 minutes), (2) entretien sur la maîtrise des compétences mobilisées dans des situations de relation mentionnées dans le passeport ainsi que sur les supports présentés au moment de l'épreuve (30 minutes).

2. **Contrôle en cours de formation (CCF) :**

La commission d'interrogation évalue (par entretien avec le candidat) les compétences du candidat en prenant appui sur les situations professionnelles répertoriées dans le passeport. Puis elle évalue le parcours professionnel du candidat.

■ **Épreuve E6 - Projet et pratiques de la communication**

Cette épreuve comprend deux situations d'évaluation :

1. **Épreuve orale (durée : 40 minutes)** : elle prend appui sur un dossier comprenant le passeport professionnel, la fiche projet ainsi que les attestations de stage.

L'épreuve comprend trois phases :

- première phase (20 minutes) centrée sur le projet ;
- deuxième phase (10 minutes) centrée sur la production ;
- troisième phase (10 minutes) centrée sur le parcours professionnel.

2. **Contrôle en cours de Formation (CCF)**

À partir du passeport professionnel, la commission d'interrogation évalue, par entretiens, les compétences du candidat concernant le « Projet » ou la « Production ».

**TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES ÉPREUVES ET DES UNITÉS ENTRE LE BTS
« COMMUNICATION DES ENTREPRISES » ET LE BTS « COMMUNICATION »**

BTS Communication des entreprises	BTS Communication
U1 - E1 : Épreuve de communication	U1 - E1 : Cultures de la communication
U2 - E2 : Langue vivante étrangère	U2 - E2 : Expression et culture en langues vivantes étrangères Langue A (sous réserve de validation)
U3 - E3 : Économie-Droit	U3 - E3 : Économie, droit et management E31. Économie et Droit E32. Management des entreprises
U4 - E4 : Culture professionnelle	U4 - E4 : Relations commerciales
U5 - E5 : Stratégie de communication des entreprises	U5 - E5 : Activités de communication
U6 - E6 : Conduite et présentation d'activités professionnelles	U6 - E6 : Projet et pratiques de la communication
UF1 - EF1 : Langue vivante étrangère 2	UF1 - EF1 : Langue vivante étrangère B