

Comunicación



Para visualizar los videos de los estudiantes en primer año de comunicación en las conferencias del numérico, haga clic en los enlaces web más abajo (en francés):

[Plume studios 1](#) [Plume studio 2](#)

Ventajas del instituto Notre-Dame

- Trabajo en grupos.
- Un seguimiento individualizado.
- Una acogida adaptada a las necesidades de todos.

Una red de socios

Una colaboración durable con los actores económicos y sociales, con profesionales (impresores, agencias de comunicación, empresas...), actores territoriales, asociaciones. Esas relaciones permiten una inserción rápida en la vida laboral para numerosos estudiantes.

Una preparación eficiente al examen y al post-BTS

- Evaluación periódica en las condiciones del examen.
- Situación profesional : desarrollo de la autonomía, del sentido de las responsabilidades, métodos para desarrollar la creatividad, gestión del tiempo...
- Con el objetivo de proseguir los estudios : concesión de 120 créditos ECTS si se ajustan convenientemente en el esquema LMD.
- Una tasa de éxito al examen superior a la media académica y resultados convincentes en términos de inserción profesional o de continuación de estudios.

La sección está abierta para todos los bachilleres

La formación de 2 años se hace de preferencia con dos estructuras diferentes para los periodos de pasantía, lo que garantiza una inserción profesional durable.

Disponga de todas las ventajas necesarias para acceder rápidamente a un empleo de responsable de comunicación.

Objetivos de la formación

- Aprender y utilizar los instrumentos de comunicación : comunicación escrita, marketing directo, relaciones con la prensa, estudio de mercado, técnicas de producción.
- Descubrimiento de los medios de comunicación.
- Adquisición de una cultura general en comunicación, en psico-sociología y sociología, en economía, en derecho.
- La ejecución de acciones concretas de comunicación para publicistas.
- La coordinación, la planificación, presupuestación y el control de diferentes tareas de comunicación en un entorno heterogéneo y complejo en términos de sector de actividad, de profesión y de publicista.
- Producir y comercializar soluciones de comunicación que atienden a las demandas del público destinatario.

Empleos

El BTS Comunicación se destina a los estudiantes que quieren trabajar en el sector de la comunicación como :

- Asistente encargado de publicidad en agencia de comunicación.
- Asistente jefe de proyecto en agencia de gestión de eventos.
- Encargado de comunicación en empresas en el departamento de la comunicación.
- Asesor comercial en departamento de publicidad (venta de espacios publicitarios en la prensa, la radio, pantallas...).

Folleto de presentación del BTS de comunicación

[Descargar el PDF](#)

Habilidades

La capacidad de hablar con profesionales de la creación, de la concepción, de marketing, y vender soluciones de comunicación. Realización de instrumentos comerciales, gestión de los publicistas, creación y gestión de una relación comercial.

Posibilidad de proseguir los estudios

Es posible, al fin del BTS, continuar los estudios para especializarse en un sector específico :

- Grado profesional.
- Escuelas de comunicación o de comercio.
- Escuelas de marketing.

- Bachelor

Pasantías obligatorias para una formación de alta calidad

- Un periodo de 7 semanas en fin de primer curso para comercializar soluciones de comunicación.
- Un período de 7 semanas en segundo curso para dirigir un proyecto de comunicación.
- Estará recibido en una organización para realizar un proyecto de comunicación.

Cursos prácticos multidisciplinares

- Cursos prácticos de producción.
- Cursos prácticos de relaciones comerciales.

Trabajo en cursos prácticos animado de forma conjunta por un profesor de economía y gestión y por un profesor de cultura de la comunicación.

El pasaporte profesional constituye el cuadro de indicadores de las competencias del estudiante. El diploma se expide como parte de un examen terminal y de un control durante la formación (CCF) según las pruebas.

Se pone a disposición de los jurados de las pruebas E4- Consejo Relación Publicista y E6- Proyecto y práctica de la Comunicación.

El CCF forma naturalmente parte del proceso de la formación y optimiza el aprendizaje y las oportunidades de éxito de los estudiantes. Las situaciones en los cursos prácticos y las pasantías permiten una adquisición de los aprendizajes y de las competencias.

Tres centros de competencia al servicio de la estrategia de comunicación

1- Hacer un proyecto de comunicación

- Preparar e implementar el proyecto de comunicación.
- Establecer y mantener relaciones técnicas con los prestadores.
- Concebir y realizar medios de comunicación.

2 – Venta de soluciones de comunicación

- Aconsejar y vender.
- Comprar prestaciones.

3 – Inteligencia operativa

- Búsqueda permanente de informaciones.
- Búsqueda y producción de informaciones puntuales.
- Enriquecimiento y mejora del sistema de información.

Cursos

Tabla semanal de horarios

ENSEÑANZAS OBLIGATORIAS

| | |
|--|-------------|
| Cultura de la comunicación | 4 h |
| Cursos prácticos | 4 h |
| Curso práctico de Relaciones Comerciales | 2 h |
| Inglés | 3 h |
| Economía, Derecho y Gestión de empresas | 6 h |
| Inteligencia operativa (F3) | 2 h |
| Proyecto de comunicación (F1) | 4 h |
| Aconsejo y Relación publicista (F2) | 3 h |
| Total | 28 h |

ENSEÑANZAS FACULTATIVAS

Inglés o Español 2 h

Los cursos prácticos “Relaciones comerciales” y “Producción” son co-animados por dos profesores.

Evaluación

Reglamento del examen

| Pruebas | Coef. | Forma |
|--|-------|-------------------|
| E1 Cultura de la Comunicación | 3 | Puntual – Escrito |
| E2 Expresión y Culturas de Lenguas Extranjeras | 2 | Puntual – Escrito |
| E3 Derecho – Economía & Gestión de empresas | 3 | Escrito |
| E4 Relaciones comerciales | 4 | CCF |
| E5 Actividades de comunicación | 4 | Puntual – Escrito |
| E6 Proyectos y prácticas de comunicación | 4 | CCF |
| EF1 Lengua extranjera | 1 | Oral |