

Brevet de Technicien Supérieur Communication

Guide à l'attention des tuteurs de stage

Vous êtes tuteur d'un étudiant en BTS communication. Ce guide vous est destiné : il a vocation à faciliter la préparation de l'arrivée du jeune et l'organisation de votre mission.

Il n'est pas toujours simple pour un tuteur de gérer ses responsabilités vis-à-vis du jeune, face à des contraintes opérationnelles fortes et aux aléas fréquents de la vie en organisation. Aussi, plus l'arrivée du jeune est préparée, plus la qualité de son accueil, de sa formation et de son suivi sera garantie.

L'objectif de ce guide est de vous fournir sous une forme opérationnelle :

- les informations essentielles à connaître en ce qui concerne les stages en BTS
- les outils de liaison avec la section BTS du Lycée Jacques BREL
- les outils pour définir les activités à confier aux stagiaires, dans le respect des exigences du diplôme.

1. QUELS SONT LES OBJECTIFS DE FORMATION DU BTS COMMUNICATION ?
2. QUELLE EST LA PLACE DES STAGES DANS LA FORMATION ?
3. QUELLES SONT LES SITUATIONS PROFESSIONNELLES À ABORDER EN BTS COMMUNICATION ?
4. QUEL EST LE RÔLE DES INTERVENANTS LORS DES STAGES ?
5. QUELLES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES FAUT-IL REMPLIR ?
6. QUELLES FORMES PRENDRONT LES CONTACTS AVEC LE LYCÉE PENDANT LA PÉRIODE DU STAGE ?

1 QUELS SONT LES OBJECTIFS DE FORMATION DU BTS COMMUNICATION ?

LE BTS Communication est une formation de 2 ans proposée aux titulaires d'un baccalauréat technologique ou général.

Cette formation allie théorie et pratique :

- Cours de projet de communication, de conseil et relation annonceur, de cultures de la communication, d'informatique, de langue vivante, de management, d'économie et de droit.
- Stages d'une durée globale de 14 semaines réparties sur les deux années de formation.

Lors de sa formation, le futur titulaire du BTS Communication apprend à concevoir et mettre en œuvre des opérations de communication, qui peuvent revêtir une forme publicitaire, événementielle, relationnelle, dans le cadre de campagnes commerciales, institutionnelles, sociales ou publiques.

Son activité principale consiste à produire et à commercialiser des solutions de communication permettant de répondre aux attentes de publics variés. Cela implique la mise en œuvre et le suivi de projets de communication, la gestion de la relation avec l'annonceur, avec les prestataires et la mise en place d'une veille permanente. Le futur titulaire du BTS Communication apprend à coordonner, planifier, budgétiser et contrôler les différentes tâches de communication. Il assure le lien entre l'annonceur et les différents intervenants.

Les métiers visés à l'issue de la formation sont :

- Dans les entreprises, les institutions, les collectivités locales, les associations : chargé(e) de communication, assistant(e) du responsable de communication interne.

- Dans les régies et medias : attaché(e) commercial(e), assistant(e) de publicité, assistant(e) commercial(e), ...
- Dans les agences (agences conseil en communication, agences medias) : assistant(e) chef de publicité/chef de publicité junior, assistant(e) chef de projet...

2 QUELLE EST LA PLACE DES STAGES DANS LA FORMATION ?

D'une durée totale de 14 semaines sur les deux années de formation, les stages en BTS COMMUNICATION sont obligatoires. Ils ont pour objectifs de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

Les stages doivent permettre de :

- Construire une image représentative du métier
- Développer des compétences professionnelles
- Adopter un comportement relationnel adapté à un contexte donné
- Réaliser des activités mobilisant les connaissances et les compétences citées dans le référentiel de situations professionnelles
- Appréhender les spécificités culturelles, langagières, organisationnelles de l'activité de la structure d'accueil
- Se repérer et agir au sein d'un système réel d'information
- Faire face aux aléas et imprévus qui caractérisent la plupart des situations de travail rencontrées dans le milieu de la communication

3 QUELLES SONT LES SITUATIONS PROFESSIONNELLES À ABORDER EN BTS COMMUNICATION ?

Lors de ces deux années de formation, l'étudiant en BTS communication doit vivre ou observer différentes situations professionnelles dans le milieu de la communication.

Ces situations lui permettent d'acquérir des compétences qui seront évaluées lors de l'examen. Les différentes situations professionnelles à vivre et observer sont récapitulées ci-dessous :

Fonction 1

Mise en œuvre et suivi de projets de communication

Conduite d'un projet de communication

La conduite d'un projet de communication nécessite une appropriation des données et des informations disponibles sur la situation de l'annonceur et du marché. Puis, il s'agit pour l'étudiant en BTS Communication de proposer des solutions de communication qui alimentent le projet de communication. Enfin, la rédaction d'un cahier des charges constitue l'étape préalable à la mise en œuvre du projet de communication.

Gestion de relations techniques avec des prestataires

La gestion des relations techniques avec les prestataires consiste, d'abord, en la préparation et l'acheminement des documents techniques aux dits prestataires. L'étudiant en BTS Communication doit aussi effectuer une évaluation technique de chaque prestataire.

Production de supports et d'opérations de communication

La production de supports de communication suit une logique qui va de l'élaboration de messages à la production d'opérations de communication. Les étapes intermédiaires demandées à l'étudiant sont l'élaboration des maquettes et la mise en œuvre de la production des supports et des moyens de communication.

La production d'ébauches, de maquettes, de plans media ou de produits finis de communication, conformes à la recommandation, constituent la finalité de cette classe de situation.

Fonction 2

Conseil et relation annonceur

Vente de solutions de communication

L'étudiant en BTS Communication est amené à réaliser l'ensemble de la chaîne d'opérations de la vente d'une solution de communication, quelle que soit sa structure d'accueil (agences, régies, service communication d'une entreprise, d'une administration ou d'une association).

Il prospecte, met en place la relation commerciale, élabore la proposition et la présente à l'annonceur. Lorsque la vente est effective, il assure le suivi du dossier client et va jusqu'au suivi de la facturation et du paiement.

Achat de prestations

L'étudiant est amené à réaliser l'ensemble de la chaîne d'opérations liées à l'achat d'une prestation. Il doit mener à bien la négociation d'achat. Il se constitue un réseau de prestataires.

Fonction 3

Veille opérationnelle

Recherche d'informations et veille permanente

La recherche permanente d'informations doit être une préoccupation constante de l'étudiant en BTS Communication quel que soit son contexte de travail. Les résultats de cette recherche viendront alimenter son activité.

Enrichissement et améliorations d'un système d'information

En tant qu'utilisateur du système d'information, l'étudiant doit être en mesure d'évaluer la qualité des procédures ainsi que la satisfaction des utilisateurs, et de proposer des ajustements. Il doit également appliquer les règles permettant de garantir la sécurité et la confidentialité des informations.



4 QUEL EST LE RÔLE DES DIFFÉRENTS INTERVENANTS LORS DES STAGES ?

Le tuteur de stage

- - Confie à l'étudiant des activités et des missions en adéquation avec le métier, le niveau de formation et les compétences à faire acquérir aux stagiaires en BTS Communication.
- - Assure une co-responsabilité de formation effective en partenariat avec le professeur référent.
- - Diffuse ses savoirs et savoir-faire, s'assure de leur compréhension et de leur mise en œuvre.
- - Évalue les compétences et les savoirs acquis par l'étudiant au cours du stage.
- - Apprécie les compétences acquises par l'étudiant pendant le stage.
- - Assure un suivi efficace du stage
- - Rencontre régulièrement le stagiaire afin de connaître l'avancement des missions et définir les points à approfondir.
- - Confie au stagiaire des responsabilités avec progressivité.
- - Prend en compte les initiatives du stagiaire, les suscite et les encadre.
- - Informe les responsables pédagogiques des difficultés rencontrées.

L'étudiant

- - S'adapte à la culture d'entreprise de la structure d'accueil le plus rapidement possible.
- - Connait avec précision les missions à mener dans le cadre du stage.
- - Informe le tuteur de son niveau de connaissances et des difficultés rencontrées.
- - Fait preuve d'initiatives et assume progressivement les responsabilités qui lui sont confiées par le tuteur.
- - Comprend le lien entre les missions et les compétences à acquérir.
- - S'engage à ne pas diffuser les informations confidentielles.

Le professeur référent

- - Assure une co-responsabilité de formation effective en partenariat avec le tuteur.
- - Évalue les compétences et les savoirs acquis par l'étudiant au cours du stage.
- - Vérifie l'adéquation des activités et des missions confiées à l'étudiant avec le référentiel du BTS Communication.

- - Amène l'étudiant à faire un lien systématique entre les situations rencontrées, les missions effectuées d'une part, les connaissances théoriques d'autre part.
- - Encadre, conseille, met en cohérence et coordonne les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs.

5 QUELLES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES FAUT-IL REMPLIR ?

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement le statut de stagiaire.

Convention de stage : communiquée par le stagiaire, elle est signée par les représentants de l'organisation et par ceux de l'établissement de formation.

Certificat de stage : à la fin de chaque stage, une attestation précisant les dates et la durée du stage est remise au stagiaire par le responsable de l'organisation d'accueil.

6 QUELLES FORMES PRENDRONT LES CONTACTS AVEC LE LYCÉE PENDANT LA PÉRIODE DU STAGE ?

Les professeurs référents sont joignables par courriel aux adresses électroniques suivantes :

Mustapha DAOUDI	mustapha.daoudi@ac-creteil.fr
Thomas CANU	thomas.canu@ac-creteil.fr
Nadia LEMHENDI	nadia.lemhendi@ac-creteil.fr
Stéphane DESVERGNES	stephane.desvergnnes@ac-creteil.fr
Dallal MANSOURI	dallal.mansouri@ac-creteil.fr
Hélène RIGOLET	helene.rigolet@gmail.com
Boris DU BOULAY	duboullay@gmail.com
Christine LORENTE	christine.lorente@ac-creteil.fr
Mathieu BRICHARD	mathieu.brichard@ac-creteil.fr
Valérie LARPENT	valerie.larpen@ac-creteil.fr
Mathilde COMELLO	mathilde.comello@ac-creteil.fr
Antoine MARIOT	antoine.mariot@ac-creteil.fr