

Bac+2

100% en ligne

Alternance



Durée estimée*:

1350h (2 ans) ou
675h (1 an)



Lieu :

100% en ligne



Démarrage :

A tout moment
de l'année



Certification :

Diplôme d'Etat
Niveau 5
(Bac+2)



Crédits ECTS :

120

En partenariat académique avec **ESGSPORT**

Donnez de la visibilité au sport... grâce à la communication !

Ce BTS en alternance, avec une spécialisation dans l'univers du sport, vous forme aux fondamentaux de la communication d'entreprise, tout en vous immergeant dans un secteur dynamique et passionnant.

Vous apprendrez à concevoir des campagnes de communication, gérer les relations presse, piloter les réseaux sociaux et valoriser l'image d'une marque ou d'un événement sportif. En parallèle, votre expérience en entreprise vous permettra de développer des réflexes professionnels concrets, tout en construisant un profil créatif, polyvalent et opérationnel. Une première étape idéale pour intégrer les métiers de la communication dans le milieu du sport !

Vous serez capable de :

- Mettre en œuvre et suivre des projets de communication appliqués au domaine sportif
- Conseiller et gérer la relation annonceur
- Réaliser une veille opérationnelle
- Capter l'intérêt d'un public cible et répondre à ses attentes de façon personnalisée

Vous obtiendrez à l'issue de la formation : (?)



Diplôme d'État



BTS "Communication" niveau 5, enregistré au RNCP, sous le numéro 37198, par arrêté du 11/06/2009 publié au Journal Officiel du 17/07/2009



Attestation de fin de formation

studi &

ESGSPORT



120 crédits ECTS

Les ECTS (Système européen de transfert et d'accumulation de crédits) permettent de reconnaître les diplômes dans tous les pays de l'Union européenne.

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Inclus dans votre formation :

- **Accompagnement méthodologique personnalisé par votre référent**
- **Accompagnement individuel de vos missions en entreprise**
- **Suivi pédagogique par nos formateurs experts**
- **Coaching carrière**
- **Cours écrits et vidéos à la demande et évaluations personnalisées**
- **Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽¹⁾ en direct et replay**
- **Préparation spécifiques aux examens**
- **Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)**

⁽¹⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

L'accès à la plateforme se fait en moyenne sous 14 jours après l'accord du financeur. Ce

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

** Voir les CGV Studi

Programme détaillé

Les fondamentaux du sport

Comprendre l'environnement sport

- Comment et pourquoi se former aux fondamentaux du sport ?
- Histoire et politique sportive en France jusqu'au tournant des années 60
- Histoire et politique sportive en France depuis les années 60
- L'organisation du sport en France
- Les jeux olympiques modernes
- Décrypter l'écosystème du sport business - Notions fondamentales
- Les marchés traditionnels du sport

Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication

Mettre en place le plan de communication

- Les différents domaines de la communication
- Typologies des annonceurs
- L'analyse des besoins en communication
- La formulation de la demande annonceur
- L'analyse de l'environnement interne : Etude documentaire
- L'analyse de l'environnement interne : Traitement de l'information
- L'analyse de l'environnement externe : Etude documentaire
- L'analyse de l'environnement externe : Traitement de l'information
- Le diagnostic dans la stratégie de communication
- La problématique de communication
- La stratégie de communication : le positionnement
- Le sport pour renforcer la relation d'une marque à ses clients
- La stratégie de communication : Les objectifs
- La stratégie de communication : Les cibles
- Le sport pour renforcer la relation d'une marque à ses clients
- La stratégie de communication : L'axe créatif
- Mettre en place le plan de communication

Identifier les moyens de communication internes et externes : media

- La tv
- La radio
- L'affichage
- Le cinéma
- La presse
- Conférence de presse pré et post événement sportif
- Les outils et supports du marketing direct
- La promotion des ventes
- Le hors média : Événementiel, foires et salons
- Les enjeux des Relations Publiques sur un événement sportif
- Prise de parole et messages publics lors d'événements sportifs

Identifier les moyens de communication internes et externes : hors media

- Les Relations Publiques
- Les enjeux des Relations Publiques pour les marques de sport
- Le hors média : Mécénat et parrainage
- Promotion, hors média et RP dans l'univers sportif
- Le hors média : le sponsoring
- Le sponsoring sportif - notions fondamentales
- Les moyens de communication internes et externes: hors media

Identifier les moyens de communication internes et externes : le marketing digital

- Les nouveaux besoins numériques dans le sport
- Les notions clés du marketing digital
- Brand Content et Content Marketing : stratégies gagnantes dans le sport
- Inbound marketing
- Outbound marketing
- La vidéo
- Le Podcast
- Les sites internet
- Introduction aux notions de SEO
- Search Engine Advertising

Identifier les moyens de communication internes et externes : les réseaux sociaux

- La création du contenu pour Facebook
- La création du contenu pour Instagram
- La création du contenu pour Youtube
- Promouvoir son image et sa marque avec Twitter
- Promouvoir son image et sa marque avec Pinterest
- Promouvoir son image et sa marque avec Snapchat
- La création du contenu pour TikTok
- La création du contenu pour LinkedIn
- Le marketing d'influence
- Sport et marketing d'influence
- Advocacy marketing : collaborateurs et clients ambassadeurs dans le sport
- Application : identifier et recommander des influenceurs pour un lancement de produit sportif
- Les réseaux sociaux, le média tendance dans le sport
- L'écosystème sport des réseaux sociaux
- Les fonctionnalités des réseaux sociaux appliquées au sport
- Social Ads : les exemples sport
- Application : mise en oeuvre dans plusieurs milieux sportifs
- Les moyens de communication internes et externes: les réseaux sociaux

Planifier et évaluer les moyens de communication

- Le plan média
- Le plan e-marketing
- Les indicateurs de suivi selon les objectifs
- Statistiques et ROI : les exemples sport
- Planifier et évaluer les moyens de communication

Gérer un plan de communication

- Le budget opérationnel du projet
- Les données quantitatives
- La rédaction d'un cahier des charges

- Les acteurs et les ressources du projet
- Identifier et maîtriser les différents acteurs d'un projet événementiel sportif
- Détermination du besoin d'externalisation
- La première découpe du projet
- La construction du planning
- La construction d'un tableau de bord opérationnel
- La gestion du budget du projet
- La gestion des risques
- L'analyse des réclamations et leur ajustement
- La communication de crise dans le sport
- Le bilan du plan de communication
- La gestion du plan de communication

Utiliser Trello

- L'application Trello
- Création du compte
- Découverte de l'interface
- Découvrir le contenu d'un projet
- Les membres
- Les équipes
- Les tableaux
- Les listes
- Les cartes
- Les checklists
- Les utilitaires
- Les Power-Ups

Gérer le projet avec GanttProject

- Comment et pourquoi se former à Gantt Project ?
- Lancement de Gantt Project
- Cadrer le projet : les paramètres généraux
- Cadrer le projet : personnaliser le calendrier
- La construction du plan de projet
- Structurer les phases
- Les dépendances : création du réseau
- Les dépendances : améliorer le réseau
- Se déplacer
- Modifier les affichages
- Le chemin critique
- Les références
- Créer les ressources
- Affecter les ressources
- Saisie du réalisé
- Gérer les dérives
- Imprimer et exporter

Comprendre le droit de la communication

- Le marketing direct
- Le parrainage et le mécénat
- La communication événementielle
- Rôle et responsabilité des agences de conseil en communication
- La propriété intellectuelle de la campagne publicitaire
- Le cadre juridique de la publicité
- La propriété intellectuelle : Propriété littéraire et artistique, droit d'auteur, droits voisins
- Les publicités interdites
- Le droit et la concurrence
- La publicité et la concurrence
- Le droit à l'image
- Le droit des médias
- Le droit du web
- La déontologie publicitaire
- Sensibilisation au RGPD
- La prise en compte de la transition écologique dans le domaine de la communication
- Droit du sport - Notions fondamentales
- Droit de la concurrence dans le secteur sportif - Notions fondamentales
- Le droit de la communication

Conception et mise en œuvre des solutions de communication

Comprendre la notion de veille et d'informations

- Les membres
- Le système d'Information : Définition
- Le système d'information mercatique
- La conduite d'une veille informationnelle
- Les études complémentaires à la veille
- La démarche de veille

Découvrir les différents types de veilles

- La veille juridique
- La veille en communication
- La veille technologique
- La veille créative
- La veille sur les réseaux sociaux
- La veille sociétale/comportementale
- La veille fournisseurs
- La veille concurrentielle et sectorielle

Identifier la méthodologie de recherche d'informations

- La recherche documentaire
- Les fondamentaux des études marketing
- Les études qualitatives
- La création d'un échantillon pour étude qualitative
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- Application - Mettre en place une veille

Sécuriser son système d'information et son environnement de travail

- Les caractéristiques et l'installation du Poste de Travail sous Windows
- Les caractéristiques du Poste de Travail sous Linux
- Les caractéristiques du Poste de Travail sous Mac Os
- Configurer les périphériques et résoudre les problèmes de son ordinateur
- La maintenance et le paramétrage
- Sécuriser son ordinateur
- Le stockage et la sauvegarde de données
- La cybersécurité
- Sécuriser sa présence numérique et contrer les menaces
- Résoudre les problèmes sur son ordinateur
- Sécuriser son système d'information et son environnement de travail

Elaborer le message

- Comment et pourquoi se former à la réalisation de supports de communication ?
- L'orientation artistique et le brief créatif
- Les techniques de rédaction et de mises en forme
- Production d'un message
- Trouver l'inspiration

Identifier les spécificités techniques des supports

Les tailles d'images et de supports

Les formats créatifs

Les besoins en image et imprimerie

Spécificités techniques des supports

Gérer les réseaux sociaux

- L'importance de créer du contenu sur les réseaux sociaux
- Planifier la production des contenus de communication digitale
- Ecrire pour les réseaux sociaux
- La vidéo pour les réseaux sociaux
- L'image pour les réseaux sociaux
- Sponsoriser ses publications sur les réseaux sociaux
- La mesure des campagnes sur les réseaux sociaux
- Gestion des réseaux sociaux

Créer du contenu pour le web

- Le copywriting
- L'utilisation des newsletters
- La création d'une newsletter
- Outils de production de solution de com
- La rédaction d'articles
- Créer du contenu pour le web

Découvrir les autres solutions digitales

- Introduction aux applications
- Introduction l'affichage dynamique

Créer des supports destinés à l'impression avec Indesign

- Interface et espace de travail
- Les bases de la gestion de textes
- Les bases du travail d'image
- Les bases de l'impression et automatisation
- Prise en main de l'espace de travail
- Mise en forme de textes
- Edition d'images et d'objets graphiques
- Les options d'impressions et d'automatisation

Réaliser des présentations multimédia

- Les types de présentation
- La structure d'une présentation
- Des présentations de résultats impactantes
- Les outils de présentation

Créer des visuels avec Photoshop

- Connaissance de l'interface
- Bases fondamentales
- Fondamentaux
- Initiation à la correction d'image
- Les bases du photomontage
- Les options de sélections simples
- Détourage et masques : les premiers pas
- Choix des outils et nuances
- Les types de filtres
- Les options calques

Créer des logos et des illustrations avec Illustrator

- L'interface
- Le travail sur objet
- Les fonctions spécifiques de base
- Le béaba de la production
- Navigation dans l'interface
- La modification d'objets - Partie 1
- La modification d'objets - Partie 2
- L'utilisation des fonctions spécifiques
- L'exploitation d'une production

Créer un site web avec HTML, CSS et le Framework Bootstrap

- Introduction HTML et CSS
- Syntaxe générale de HTML
- L'organisation du texte
- Un langage hypertexte
- Le multimédia en HTML
- Introduction au CSS
- CSS3 : Le stylage du texte
- La structuration logique en HTML5 et le modèle de boîtes en CSS3
- Les sélecteurs CSS
- La mise en page avec CSS
- La création de tableaux
- La création de formulaires
- Layout avec CSS Grid
- Les effets avancés de CSS
- Utiliser des documentations CSS
- Le responsive design
- Valider la qualité de son site
- L'installation et la prise en main du framework Bootstrap : Hello world
- La grille bootstrap
- Les éléments bootstrap
- Les composants bootstrap
- Ouverture vers d'autres framework CSS
- SASS
- Le référencement des sites Web
- Déployer son site sur le Web

Déployer un environnement web basé sur un CMS

- Introduction à Wordpress
- Lancement de WordPress
- Le tableau de bord de WordPress
- Écrire des articles et des pages
- Mettre en forme le contenu avec les blocs
- Modifier la présentation
- Ajouter des fonctionnalités avec les extensions
- Manager son site
- Créer une boutique en ligne avec l'extension WooCommerce
- Découverte d'Elementor
- Installation et configuration d'Elementor
- Découverte de l'interface d'Elementor
- L'optimisation des performances Wordpress
- Les extensions indispensables

Créer du contenu vidéo

- Apprendre Premiere Rush CC 2019

Travailler avec des prestataires

- Diffuser la demande et analyser l'offre
- Les différentes formes d'achat
- Argumentation d'achat
- Gérer un réseau de prestataires
- Les profils des prestataires
- Modalités de consultation des prestataires
- Le choix des prestataires
- Planification avec les différents prestataires
- Application : Travailler avec des prestataires

Contrôler et évaluer les solutions de communication

- Le contrôle du plan de communication
- La performance et l'évaluation de la prestation
- Guide des épreuves du bloc : Contribuer à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication

Accompagnement au

développement de solutions média et digitales innovantes

Créer une base de données média et digitale

- Guide du bloc Accompagner le développement de solutions media et digitales innovantes
 - Introduction générale aux bases de données relationnelles
 - Introduction à la conception des bases de données relationnelles
 - Création et alimentation de bases de données SQL
 - Interrogation de bases de données SQL
-

Découvrir les outils de la veille

- Le panorama des outils de veille
 - Les outils numériques, au service des besoins
 - Un réseau
 - Le travail collaboratif
 - La communication par mail et la visioconférence
 - Collaborer avec les apps Google
 - L'outil de stockage en ligne collaboratif de la Google Suite : Drive
-

Diffuser le résultat de la veille

- La diffusion des informations
 - Les études à l'épreuve du numérique
 - Les principales obligations résultant d'un contrat d'étude
 - Application : Découvrir et diffuser les résultats de la veille
-

Construire son offre digitale

- L'analyse concurrentielle et son marché dans le déploiement d'offre digitale
 - La notion d'innovation
 - Les principales stratégies et techniques d'innovation
 - Positionner une offre média et digitale innovante
 - Application : Construire son offre digitale
-

Organiser sa prospection

- Identifier et concevoir les outils commerciaux
 - La démarche mercatique
 - La notion de marché
 - Méthodes d'analyse du marché et l'analyse interne
 - Les marchés émergents du sport
 - Le multicanal et le mix marketing
 - La segmentation
 - La typologie de prospects
 - Les méthodes de segmentation du portefeuille client
 - L'organisation de la prospection
 - Le choix des méthodes d'approche
-

Gérer sa prospection

- La prospection téléphonique
 - La prospection terrain
 - Le fichier de prospect
 - La base de données
 - La prospection commerciale
 - Application - La prospection commerciale
-

Suivre la relation client de la négociation à la fidélisation

- Le développement des réseaux pro

- Définir l'offre tarifaire
 - La facturation et les opérations de règlement
 - La prise de rendez-vous
 - Identifier le potentiel du contact et présenter l'offre
 - Les médias
 - Identifier les solutions de communication adaptées à l'annonceur
 - Le diagnostic de la situation de négociation
 - Mettre en place une stratégie de négociation
 - Choisir et mobiliser les supports de présentation
 - Traiter les éléments contrariants, négocier les adaptations, obtenir l'accord
 - La conclusion de la vente
 - Assurer les liaisons entre les différents acteurs
 - Mesurer la satisfaction de l'annonceur
 - Les techniques de fidélisation
 - Application - Suivre la relation commerciale
-

Gérer sa relation client avec le CRM Sales Force

- Les CRM
 - Pourquoi et comment se former à Salesforce
 - Le démarrage
 - La messagerie et l'équipe
 - Les utilisateurs, ressources, et données
 - La configuration
 - La personnalisation
 - Les utilisateurs
 - Les rôles
 - Les groupes, files d'attente et profils utilisateurs
 - La gestion commerciale, de la piste à l'opportunité
 - L'action commerciale, du produit au devis
 - L'action et la gestion commerciales approfondies
 - La création de la structure mail personnalisée
 - Le publipostage & automatisations
 - Présentation et découverte de Chatter
 - La gestion de fichiers et des flux dans Chatter
 - Les rapports dans Salesforce Classic
 - Les rapports dans Salesforce Lightning
 - Les tableaux de bord de Classic à Lightning
 - L'intelligence artificielle et autres fonctions avancées
-

Conseiller les annonceurs dans le choix de solutions digitales

- Typologie des acteurs du digital
 - Connaître l'environnement technologique de l'annonceur
 - Définir la problématique de l'annonceur
 - Élaborer une solution en fonction de la problématique de l'annonceur
 - Conseiller les annonceurs dans le choix de solutions digitales
-

Cultures de la communication

Poser le cadre — les conceptualisations de la communication

- La diversité des situations de communication
- Définition de la communication
- Les formes de communication
- Les moyens de la communication
- Les acteurs de la communication
- Les moyens et supports de communication
- Le dispositif et les théories de la communication
- Comprendre le secteur de la communication pour mieux s'y intégrer
- La théorie de l'information
- L'approche cybernétique
- De l'empirisme à la médiologie
- Sémiotique et aide à la création
- L'école de Palo Alto

- Histoire et sociologie des médias : la presse
- Histoire et sociologie des médias : l'affiche
- Histoire et sociologie des médias : la radio
- Histoire et sociologie des médias : le cinéma
- Histoire et sociologie des médias : la télévision
- Histoire et sociologie des médias : le multimédia et internet
- Histoire et sociologie des médias : le futur des médias
- La sociologie du sport
- Application : Conceptualisation de la communication

Comprendre et s'adapter — Analyse critique des cibles : leurs cultures, leurs représentations

- La connaissance des cibles
- La représentation des cibles
- La culture des cibles
- La culture dominante des cibles
- La culture communautaire
- Les cultures populaires
- Le ciblage
- Les cibles récentes
- Femmes et mixité dans le sport
- Application : Comprendre et s'adapter — Analyse critique des cibles : leurs cultures, leurs représentations

Explorer et se définir — Analyse critique des annonceurs : images et réputations face aux enjeux sociétaux

- L'annonceur
- L'image de l'annonceur
- La gestion de la relation annonceur
- La culture d'entreprise
- La culture des institutions
- La culture des associations
- L'association sportive : une particularité Française
- Application : Analyse critique des annonceurs

Observer et analyser — Analyse critique des messages publicitaires et de leurs supports

- Une introduction à la stratégie de contenu
- La rhétorique de l'image
- Les techniques de production visuelle
- L'identité visuelle
- La rhétorique du message audiovisuel
- Les support audio-visuels
- Les acteurs de la production audiovisuelle
- Les techniques de production audiovisuelle
- Les enjeux de la révolution digitale
- La stratégie digitale
- Les contours du E-business

Concevoir et produire — Production du message publicitaire

La rédaction et le Web

La rédaction d'un dossier de presse sport

Les éléments de linguistique

Les stratégies pour convaincre

La création du message écrit

La création du message audiovisuel

Application : Sport/outdoor, les contraintes d'une production audiovisuelle en conditions difficiles

La création d'un message internet

La digitalisation du sport

Application : Analyse et production du message

Langue vivante étrangère 1 Anglais

Travailler son Anglais Professionnel

- Looking for a job
- Applying for a job
- In a job interview
- Leading meetings
- Organizing an online meeting
- Starting a business
- Navigating the working world
- Talking about social system and taxes
- Choosing a business strategy
- Negotiating a business deal
- Knowing your customers
- Innovating to distinguish yourself on the market
- Managing the supply chain
- Marketing and advertising in the 21st century
- Fighting for the planet at work
- Advocating for fairness in the globalized trade world
- Interacting in a multicultural environment
- The Commonwealth
- The British Isles
- English speaking countries in America
- English speaking countries in Africa
- English speaking countries of the Pacific
- Understanding the different accents of the English-speaking world
- L'usage des verbes irréguliers
- Les médias du monde anglo-saxon

Anglais de la publicité et de la communication

- Lire et rédiger des rapports et des études
- Négocier avec les annonceurs
- Les modes de présentation
- L'échange lors d'une présentation
- Présenter une maquette ou une campagne
- Les règles d'une communication efficace en anglais
- Le support de communication en anglais
- La veille

Culture économique, juridique et managériale

L'intégration de l'entreprise dans son environnement

- Les agents économiques
- Les mécanismes de marchés
- Les partenaires financiers de l'entreprise sur le marché
- Introduction aux principes généraux du droit des contrats
- La formation, le contenu et l'exécution du contrat
- Les finalités de l'entreprise
- Les parties prenantes
- Les logiques d'entreprise
- Les indicateurs de performances

La régulation de l'activité économique

- La croissance économique
- L'État et le fonctionnement du marché
- Les politiques économiques
- Les limites de l'intervention de l'État
- La régulation supranationale
- La régulation des activités économiques par le droit

- L'environnement de l'entreprise
- Le rôle de l'innovation

L'organisation de l'activité de l'entreprise

- Les choix de production de l'entreprise
- La chaîne de valeur
- Les principes et les finalités de l'impartition
- Les structures adaptées à l'activité lucrative
- Le choix d'une structure juridique : entreprise individuelle ou société commerciale
- Les structures adaptées aux activités non lucratives
- Identifier le risque pour protéger
- Anticiper le risque pour éviter sa réalisation
- Assumer le risque
- Les ressources et compétences de l'entreprise
- Les structures de l'entreprise
- Les styles de management et de direction
- Les responsabilités et les contre-pouvoirs
- Le financement de l'entreprise

L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise

- L'évolution des modèles économiques, normes et standards
- La protection juridique des actifs
- Les techniques des relations immatérielles
- Les risques de l'utilisation de l'immatériel
- Les incidences du numérique sur le management
- Les droits et obligations des indépendants
- La modification de la relation de travail
- Le contrat et la preuve électronique
- Le rôle de la CNIL

Les mutations du travail

- Le marché du travail
- Introduction à la trinité de l'activité professionnelle
- L'accès à un régime juridique d'activité professionnelle
- Les régimes, droits et obligations des salariés
- Les droits et obligations des indépendants
- La modification de la relation de travail
- La rupture de la relation de travail
- Les interlocuteurs de l'employeur
- La GPEC
- Mobiliser les ressources humaines

Les choix stratégiques de l'entreprise

- Définir une démarche stratégique
- Etablir un diagnostic stratégique
- Effectuer des choix stratégiques

Suite Bureautique

Utiliser Word

- Utilisation des documents Word
- Connaissance de l'environnement Word
- Mise en forme du texte
- Mise en forme d'un paragraphe
- Mise en forme d'une image
- Saisie et modification du texte
- Recherche dans un document
- Les outils de gestion des visuels
- Insertion d'objets
- Mise en forme des objets
- Quiz niveau Initial - Basique
- Navigation dans Word
- Les options d'affichage
- Mise en page d'un document
- Mise en forme des paragraphes

- Révision et édition d'un document
- Référencement d'un document
- Présentation d'un tableau
- Gestion des objets graphiques
- Quiz niveau Opérationnel
- Environnement et affichage
- Gestion du mode Backstage et des formats de fichiers
- Mise en forme, thèmes et styles
- Listes, lettrines et faux texte
- Gestion des documents longs
- La mise en page
- Références dans un document long
- Correction et traduction d'un document
- Tableaux et mise en forme
- Modification d'une image ou d'un objet graphique
- Gestion approfondie des objets graphiques
- Gestion des images
- Quiz niveau Avancé
- Personnalisation de l'environnement Word
- Partage et protection d'un fichier
- Mise en forme - Partie 1
- Mise en forme - Partie 2
- Mise en page
- Outils d'édition complexes
- Création et gestion d'un publipostage
- Gestion des objets graphiques et des tableaux
- QuickPart et formulaires
- Quiz niveau Expert

Utiliser Excel

- Généralités sur l'environnement Excel
- Gestion de la mise en page
- Calculs
- Les formules de base
- Mise en forme des cellules
- Utilisation des outils de tris et de filtres
- Les objets graphiques simples
- Exercices d'application Niveau 1& 2
- Navigation dans l'environnement et collages spéciaux
- Options d'enregistrement et d'impression
- Formules fréquentes
- Méthodes de calculs
- Amélioration de la mise en forme et révision des cellules
- Création de tableau, gestion des images et objets graphiques
- Mise en forme des graphiques
- Lecture d'un tableau croisé dynamique
- Utilisation des outils de tri et d'analyse
- Exercices d'application Niveau 3
- Gestion de l'environnement et de l'affichage
- Personnalisation de l'environnement et de l'affichage
- Gestion du mode Backstage, formats de fichier / Sécurité
- Gestion des calculs
- Maîtrise des différents types de fonctions
- Utilisation de fonctions complexes
- Calculs dans une base de données
- Mise en page
- Insertion d'objets
- Gestion des objets insérés
- Gestion de tableau de données
- Gestion des fonctionnalités avancées
- Représentation graphique des données
- Les tableaux croisés dynamiques
- Exercices d'application Niveau 4
- Les derniers secrets d'un fichier
- Les outils de gestion des fonctions
- Fonctions financières et fonctions sur dates
- Fonctions matricielles et d'information
- Édition et mise en forme
- Création et gestion des formulaires
- Analyse et simulation de calculs

- Gestion des tableaux croisés dynamiques
- Gestion de graphiques complexes
- Exercices d'applications Niveau 5

Utiliser Powerpoint

- Environnement PowerPoint
- Présentation PowerPoint
- Espaces réservés
- Les bases de la mise en forme du texte
- Tableaux
- Objets graphiques
- Options de thèmes
- Exercices d'application Niveau 1 & 2
- Navigation
- Options d'enregistrement et d'impression des documents
- Options du diaporama
- Mise en forme du texte
- Recherche et révision de texte
- Mise en forme des tableaux
- Objets graphiques et animations simples
- Personnalisation des objets graphiques
- Options de thèmes supplémentaires
- Exercices d'application Niveau 3
- Environnement et affichage
- Gestion avancée du mode Backstage et des formats de fichier
- Organisation des diapositives
- Mise en forme avancée du texte
- Organisation avancée des diapositives
- Gestion des options de tableaux
- Organisation avancée des objets graphiques
- Outils graphiques avancés
- Animations complexes
- Personnalisation des modèles et thèmes
- Exercices d'application Niveau 4
- Personnalisation de l'environnement
- Présentation et diffusion
- Gestion experte des textes
- Gestion experte des tableaux

- Gestion experte des objets
- Options d'animation
- Gestion experte des thèmes et modèles
- Exercices d'application Niveau 5

Modalités spécifiques Alternance - Niveau 4 à 6 (Bac à Bac+3) - Modalité : Alternance

Module Réussir mon alternance (durée estimée : 50h)

- Connaissance de l'alternance, des contrats, engagements réciproques, aides et modalités de suivi
- Citoyenneté, diversité et santé au travail.

Module Réussir ma vie professionnelle (durée estimée : 20h)

- Comprendre les enjeux de l'entreprise pour favoriser mon intégration
- Démarquez-vous en entreprise

Accompagnement et renforcement pédagogique, suivi du Career Center (durée estimée : 54h en moyenne)

- Un live interactif par semaine permettant de répondre aux questions des alternants et informations liées aux aides sociales, à la mobilité internationale, au handicap
- Suivi du CFA : entretiens tripartites pluriannuels

Compétences digitales (Accès Studi+)

- Accès à 1 à 2 programme(s) courts(s) dédié(s) aux "digital skills" au choix parmi le catalogue, permettant de se former et s'exercer aux logiciels les plus adaptés à son entreprise

Métiers visés

- Community Manager
- Responsable de communication junior
- Traffic manager junior / assistant acquisition de trafic
- Chargé(e) de communication externe
- Conseiller(e) hospitality
- Assistant(e) Attaché(e) de presse
- Chargé(e) de relations publiques
- Chargé(e) de communication interne
- Chargé(e) de marketing

Modalités

Formation financée et rémunérée

Les frais de formation sont pris en charge par l'OPCO de votre entreprise et vous recevez un salaire mensuel qui augmente au fur et à mesure de votre formation.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au Titre visé, le candidat doit :

Pour un BTS en 2 ans :

- Être âgé de 16 ans lors de la signature du contrat
- Être titulaire d'un Diplôme ou d'un Titre de niveau 4 (BAC ou équivalent)

Pour un BTS en 1 an :

- Être âgé de 16 ans lors de la signature du contrat
- Avoir suivi une année du même BTS précédemment

OU

- Être titulaire d'un Diplôme ou d'un Titre de niveau 5 (Bac+2)

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité..

Examen :

Mois d'examen : Mai, Juin

Lieu : En présentiel (centre d'examen de votre académie)

A l'issue de votre préparation, vous présenterez l'examen BTS Communication dans un centre sélectionné par le Rectorat de votre région.

Les épreuves écrites et orales se déroulent de début mai à fin juin. Pour les épreuves orales, le calendrier varie en fonction des académies.

Le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- E1 – Cultures de la communication : écrit (4h)
- E2 – Expression et culture langues vivantes étrangères/Langue A : écrit (2h) et oral (20min)
- E3 – Culture économique, juridique et managériale : écrit (4h)
- E4 – Contribution à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication : écrit (4h)
- E5 – Conception et mise en œuvre de solutions de communication : oraux (20min +20min)
- E6 – Accompagnement du développement de solutions média et digitales innovantes : écrit (3h)

Certification :

Certification : BTS "Communication" niveau 5, enregistré au RNCP, sous le numéro 37198, par arrêté du 11/06/2009 publié au Journal Officiel du 17/07/2009

Certificateur : Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.

La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.

Quelle que soit la forme d'examen choisie, les candidats préparant l'examen du brevet de technicien supérieur par la voie de la formation professionnelle continue ou dans le cadre de la validation des acquis de l'expérience reçoivent, pour les unités du diplôme préparé qui ont fait l'objet, au titre de la session en cours ou dans les cinq années précédentes, d'une note égale ou supérieure à 10 sur 20 ou d'une validation des acquis de l'expérience, y compris si elles ont été obtenues par la voie scolaire ou par la voie de l'apprentissage, une attestation délivrée par le recteur d'académie reconnaissant l'acquisition des compétences constitutives de ces unités du diplôme.

Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.

Equivalences et passerelles :

Des équivalences sont possibles avec :

- le BUT Information-communication, option Communication des organisations (ex-DUT Info-com)

Pour connaître les conditions requises dans le cadre d'une passerelle, il vous faut vous rapprocher des établissements dispensant le diplôme visé.

Cette liste n'est pas exhaustive. Il existe d'autres équivalences.

Poursuite d'études :

Après avoir obtenu le BTS Communication, il est possible de :

- Soit intégrer directement le marché du travail

- Soit poursuivre vers un Bachelor Communication digitale ou un Bachelor Sport Business ou un Bachelor

Responsable de projets événementiels ou un Bachelor Marketing et Communication ou une Licence professionnelle Mention métiers de la communication.

Cette liste n'est pas exhaustive. Il existe d'autres poursuites possibles.

Accompagnement spécifique alternance :

Un accompagnement renforcé, pensé pour les alternants

Le parcours d'un alternant ne ressemble à aucun autre, c'est pourquoi nous avons mis en place un suivi spécifique, dédié et renforcé pour répondre à ses enjeux particuliers. Dès son entrée chez Studi, chaque alternant réalise un test de positionnement pour évaluer ses acquis et lui proposer, si besoin, un parcours de remise à niveau individualisé. Un onboarding personnalisé, animé par son chargé de suivi, lui permet de découvrir l'ensemble des services et des ressources utiles pour bien démarrer.

Tout au long de sa formation, il bénéficie d'un chargé de suivi alternance dédié, expert de l'alternance, à la fois sur les volets administratifs et pédagogiques. Ce référent s'adapte aux contraintes propres au rythme alterné et reste accessible à tout moment via son agenda en ligne.

Le suivi de l'alternant inclut également :

- des entretiens tripartites réguliers, menés avec le tuteur en entreprise, pour faire le point sur l'acquisition des compétences à l'aide d'une grille d'évaluation partagée ;
- un suivi continu de l'assiduité et de la progression pédagogique, permettant d'intervenir rapidement en cas de besoin, de proposer un coaching personnalisé ou de rebooster la motivation dans les phases de creux ;
- des contenus employabilité dédiés, pour préparer l'insertion professionnelle au-delà de la formation.

Ce dispositif global assure à chaque alternant un cadre solide et bienveillant, propice à sa réussite dans ce double défi que représente la formation en alternance.

Comment se déroule votre parcours en alternance avec Studi ?

Jusqu'à 11 semaines

2

DÉFINITION DU PROJET

Vous constituez votre dossier d'admission

- Vous êtes contacté(e) par un conseiller en formation avec qui vous réalisez un bilan d'orientation.
- Vous finalisez votre dossier d'admission avec son soutien.

4

SAS VERS L'ALTERNANCE*

Vous démarrez gratuitement votre formation

- Vous commencez à vous former de manière intensive jusqu'à ce que vous commenciez vos missions entreprise.
- Vous n'êtes pas rémunéré(e) pendant cette période de formation.
- Vous continuez à bénéficier de notre programme coaching alternance pour trouver votre entreprise d'accueil.

1

DÉFINITION DU PROJET

Vous candidatez

Vous candidatez à l'alternance et faites votre choix parmi une de nos formations en alternance du CAP à Bac+5.

3

PROGRAMME COACHING ALTERNANCE

Vous êtes admis(e)

- Vous profitez de notre programme coaching pour trouver votre entreprise d'accueil (accès à des milliers d'offres d'emploi en d'alternance, suivi de vos candidatures, coaching sur les techniques de recherche d'entreprise...).
- Vous prenez en main la plateforme d'apprentissage en ligne.
- Vous commencez à chercher votre entreprise d'accueil.

5

IMMERSION EN ENTREPRISE ET FORMATION EN ALTERNANCE

Vous démarrez dans votre entreprise d'accueil

- Dès que vous avez trouvé votre entreprise d'accueil, vous débutez votre immersion en entreprise et vous commencez à être rémunéré(e). Vous poursuivez votre formation en alternance selon le planning prévu.
- Votre rythme d'alternance, 4 jours en entreprise / 1 jour en formation est flexible et modulable pour s'adapter parfaitement aux besoins de votre entreprise.
- Dans l'éventualité où vous n'auriez pas trouvé d'entreprise d'accueil, Studi vous apportera un soutien financier pour continuer votre projet (sous conditions d'éligibilité et étude de votre dossier).

*Places limitées. Vérifiez votre éligibilité au "sas vers l'alternance" avec votre conseiller en formation.

La méthode **Studi**

- ✓ **Un suivi tripartite tout au long du parcours**
Vous n'êtes jamais seul : un accompagnement régulier est assuré entre Studi, votre entreprise et vous, grâce à des entretiens tripartites structurés pour suivre l'acquisition de vos compétences. Ce suivi est enrichi d'un accompagnement pédagogique de proximité, avec une réponse sous 48h ouvrées de nos formateurs experts.
- ✓ **Un accompagnement carrière sur-mesure**
Trouver votre entreprise, découvrir les bonnes pratiques en alternance, affiner votre projet professionnel : notre programme coaching vous aide à chaque étape, pour booster votre employabilité dès aujourd'hui et pour demain.
- ✓ **Une pédagogie concrète et immersive**
Parce que l'alternance, c'est du concret, nos formations s'appuient sur une pédagogie active : cas pratiques, mises en situation et contenus immersifs pour développer des compétences directement actionnables en entreprise.
- ✓ **Des ressources accessibles à tout moment**
Votre plateforme de formation est disponible 24h/24, sur web et mobile. Elle vous donne accès à une grande diversité de supports (cours écrits, vidéos à la demande, classes virtuelles, exercices corrigés) et aux licences elles dont vous avez besoin.
- ✓ **Une vraie communauté d'apprentissage**
Vous rejoignez une plateforme collaborative pour échanger, partager, poser vos questions et tisser des liens avec d'autres alternants et formateurs. Parce qu'apprendre, c'est aussi une aventure collective.
- ✓ **Des compétences à 360° avec Studi+**
En parallèle de votre formation principale, vous avez accès à des modules complémentaires pour aller plus loin : IA, outils bureautiques, langues, soft skills... autant d'atouts pour élargir votre profil et faire la différence sur le marché du travail.

Accessibilité handicap : Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à votre disposition via handicap@studi.fr