

En partenariat académique avec **ESGSPORT**

Eligible CPF

Bac+2

100% en ligne



Durée estimée*:

1100h
16 mois



Tarif pour les particuliers :

4 190 € TTC



Lieu :

100% en ligne



Démarrage :

A tout moment de l'année



Certification :

Diplôme d'Etat
Niveau 5
(Bac+2)



Crédits ECTS :

120

Soyez opérationnel sur toutes les dimensions de la fonction communication dans le milieu du sport !

Cette formation vous apporte de solides compétences en communication (relations publiques, communication de marque, événementiel) et vous délivre des enseignements complémentaires en sport, pour vous aider à faire votre place et évoluer dans l'univers du sport business et de la communication dans le 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 :

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽²⁾ en direct et replay
- Accompagnement et suivi pédagogique
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)
- Frais de dossier et d'inscription⁽¹⁾
- Garantie Diplômé ou Remboursé⁽³⁾

⁽¹⁾ Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

⁽²⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

⁽³⁾ Voir les **CGV Studi**

*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 média 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

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

Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

Conditions d'admission :

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

Pour un BTS en 2 ans :

- Être titulaire d'un Baccalauréat ou d'un diplôme ou un titre professionnel équivalent de niveau 4

OU

- Justifier de 3 ans d'expérience minimum à temps plein dans un domaine en lien avec la finalité du BTS avec des documents indiquant la nature et la durée des missions exercées.

Pour un BTS en 1 an :

- Avoir suivi une année du même BTS l'année précédente

OU

- Avoir un niveau d'études équivalent ou supérieur au BAC + 2

Aucun pré-requis en sport n'est exigé puisque le diplôme obtenu est généraliste. Il est pourtant recommandé de suivre l'actualité sportive et d'être passionné de sport pour prendre plaisir à suivre ce cursus.

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

Expérience professionnelle et stage :

Une Période de Formation en Milieu Professionnel (PFMP) dans le secteur est requise :

- 14 semaines de stage (490h) dans le secteur du sport. Une convention de stage vous sera fournie.

OU

- Une expérience professionnelle en lien avec les compétences et savoirs associés du BTS Communication option sport en qualité de salarié à plein temps, pendant 6 mois au cours de l'année précédant l'examen, ou à temps partiel pendant 1 an au cours des 2 années précédant l'examen. L'expérience professionnelle fait l'objet d'un rapport d'activité et se justifie auprès de votre Rectorat de résidence par la photocopie des contrats de travail.

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.

Indicateurs de performance :

- **Taux d'emploi** : 65%⁽¹⁾
- **Taux de réussite** : 88%⁽²⁾
- **Taux de satisfaction lié aux cours** : 87%⁽³⁾
- **Taux de satisfaction générale** : 81%⁽⁴⁾

(1) Pourcentage des apprenants ayant trouvé un emploi dans les 6 mois suivant la fin de leur formation, toutes promotions confondues, selon les réponses issues des enquêtes d'insertion.(2) Pourcentage des apprenants ayant obtenu, complètement ou partiellement, leur diplôme, toutes promotions confondues.(3) Taux de satisfaction calculé à partir des notes (sur 5) attribuées par les apprenants ayant terminé et évalué chaque module de cours entre 2020 et 2024. Le taux reflète la moyenne de ces notes, convertie en pourcentage.(4) Taux moyen de satisfaction globale, tous publics confondus, calculé à l'issue de chaque collecte trimestrielle des retours exprimés par les apprenants via le LMS, depuis septembre 2023 ou depuis l'ouverture de la formation pour celles lancées après cette date.

Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.

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 la disposition de l'apprenant via handicap@studi.fr