

Situé au cœur de la vie économique, historique et culturelle de Dijon, dans un cadre architectural qui confère à l'établissement une atmosphère conviviale.

LYCÉE PRIVÉ LES ARCADES

ENSEIGNEMENT GÉNÉRAL TECHNOLOGIQUE ET PROFESSIONNEL



Un établissement de 1400 élèves dont 400 étudiants, implanté en centre ville

■ Ouverture internationale

Grâce à nos partenaires à l'étranger (Allemagne, Belgique, Chypre, Espagne, Grande-Bretagne, Malte, République Tchèque, Suède, USA, Hongrie, Guatemala, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, Roumanie).

■ Association d'étudiants Arcaméléon pour gérer vos actions et vous détendre.

■ Des moyens modernes à votre disposition :

- Un CDI (Centre de Documentation et d'Information) : 5200 ouvrages, 100 abonnements
- Un centre TICE (Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Education)
- Une salle audiovisuelle
- Des salles informatiques en libre service
- Des salles spécialisées avec équipements spécifiques
- Une plate-forme e-learning : Formation Ouverte à Distance



Inscription

sur le site : www.admission-postbac.fr

Lycée Privé Les Arcades
13, rue du Vieux Collège - BP 61830 - 21018 Dijon Cedex
Tél : 03 80 68 48 28 - Fax : 03 80 68 48 18

e-mail : lycee.prive.les.arcades@wanadoo.fr - site : www.lyceelesarcades.com

Objectif rentrée

Groupe Arcades

Formation Bac+2

BTS COM

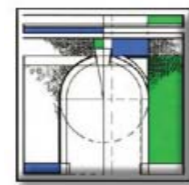
COMMUNICATION

Dynamisme & créativité

Vous aimez

- La Pub
- Les Médias
- Les Relations Publiques
- L'Événementiel
- Le Marketing...

Vous avez
l'esprit COMM



Lycée Privé Les Arcades

www.groupearcades.com



Formation Bac+2

BTS COM

COMMUNICATION

La communication est devenue un outil stratégique des organisations, leur permettant de se faire connaître, d'améliorer leur image, d'afficher leurs valeurs, de développer à l'interne un sentiment d'appartenance... L'activité du communicant consiste donc en la préparation, le contrôle, la conception, la mise en oeuvre, la production, la commercialisation et la diffusion de solutions de communication ainsi que l'analyse de leurs retombées ■ ■ ■

LES DEBOUCHES

Les métiers

- En agences-conseil en communication : assistant-chef de publicité.
- Dans les grandes entreprises, administrations, collectivités :
 - chargé de communication interne,
 - chargé de communication externe et/ou commerciale.
- Dans les régions et supports médias (presse, radios...) :
 - promotion, vente d'espaces publicitaires et conseil auprès des annonceurs.
- Dans les petites et moyennes entreprises :
 - chargé de communication et d'autres tâches commerciales et administratives.

La poursuite d'études

- Écoles Supérieures de Communication (CELSA, EFAP, SCIENCES COM...)
- Écoles Supérieures de Commerce
- Universités (LMD, Licences professionnelles).



LES AXES DE LA FORMATION

Les cultures de la communication :

- Culture générale
- Expression visuelle
- Psychosociologie de la communication
- Cultures Technologiques de la Communication

La maîtrise des méthodes professionnelles :

- Stratégie de communication et gestion de projets
- Conseil et relations annonceurs
- Techniques de négociation-vente
- Veille opérationnelle

La connaissance de l'environnement économique et juridique



Dynamisme & Créativité

Créativité

Dynamisme

Le titulaire d'un BTS Communication est un Technicien qui maîtrise :

- les outils et techniques de communication
- La micro-informatique (XPress, Illustrator, Photoshop...)
- La réalisation d'enquêtes et d'études.

Il a des capacités créatives : il est amené à rédiger les messages adaptés à différents publics, à travailler avec les "créatifs".

C'est un Commercial : à l'écoute des besoins des interlocuteurs, il sait convaincre, "vendre" un projet de communication, prospecter des clients pour le compte d'agences de communication ou de supports publicitaires.

C'est un Organisateur : il gère le budget de communication qui lui est confié ; il veille au respect des délais.

La formation développe :

Le goût :

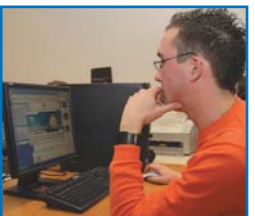
- des contacts,
- d'un métier varié,
- des mots et de l'image,
- du travail en équipe.

Le sens :

- des responsabilités,
- de la rigueur,
- de l'initiative,
- de l'humour.

L'aptitude :

- à l'analyse,
- à la synthèse,
- à la conduite de projets.



DES REALITES PROFESSIONNELLES

14 semaines de stages minimum sur les 2 années de formation.

Des compétences et pratiques professionnelles mises en oeuvre dans la réalisation de projets de communication en partenariat avec des associations, des entreprises, ou autres organisations et relevant de :

- la publicité (annonces presse, spots radio, affiches...)
- l'édition (dépliants, plaquettes, journaux d'entreprise...)
- la promotion des ventes (jeux concours, échantillons...)
- la mercatique directe (publipostage, newsletters...)
- l'organisation d'événements (expositions, concerts, portes ouvertes...)
- les relations publiques et relations presse
- les études (de marché, de satisfaction, d'audience...)
- les foires et salons
- les actions de communication interne (séminaires, journaux d'entreprise, affichage, livret d'accueil, films...)
- la réflexion-conception de sites internet.