

Communication

RNCP37198 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Sigle	BTS — Brevet de technicien supérieur
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46301, 34074
Code(s) ROME	E1103
Code(s) CFD	32032003 (BTS)
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2028

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du BTS Communication est susceptible d'intervenir dans l'ensemble des domaines relatifs à la communication interne et externe des organisations. Son activité se situe dans un contexte de mutations importantes des métiers de la communication, en raison notamment de l'impact du numérique mais aussi d'évolutions économiques et sociétales majeures. Il évolue donc dans un environnement hétérogène et complexe en termes de secteurs d'activité, de métiers et d'annonceurs. Les titulaires du diplôme sont conduits à exercer leur activité professionnelle dans une filière qui a subi de profondes évolutions en termes de structuration au cours des dernières années. En outre, le contexte d'exercice du métier et ses nombreuses évolutions affectent les modalités d'exercice du métier de communicant.

Le secteur de la communication est un secteur en forte croissance, générateur de valeur ajoutée, et dont le potentiel de développement conduit à d'importantes perspectives d'emploi. On note ces dernières années une intensification de la concurrence liée à une complexification croissante de l'écosystème et au développement du numérique. Le digital redéfinit fortement le paysage concurrentiel du secteur avec des frontières de plus en plus poreuses et un brouillage du positionnement des acteurs historiques que sont les agences conseil en communication, les agences media et les régies. Dans ce cadre on peut observer une internalisation de plus en plus marquée chez les annonceurs de compétences auparavant recherchées en agence. Le partage de la valeur entre les acteurs du marché se trouve profondément modifié par le développement de la filière digitale et l'émergence de nouveaux acteurs qui tirent notamment parti de l'intermédiation technologique croissante. Ces évolutions entraînent une croissance de l'emploi, celui-ci se répartissant de manière inégale sur le territoire et se caractérisant par un marché atomisé dans lequel les petites structures sont majoritaires.

Le secteur de la communication est profondément influencé par une digitalisation généralisée qui s'articule autour de ruptures technologiques majeures : la data, les media sociaux, les équipements informatiques et téléphoniques mobiles disposant d'un accès de plus en plus puissant au numérique, ainsi que les objets connectés. Les techniques actuelles permettent le développement d'une communication ciblée facilitée par un usage massif des smartphones et objets connectés. Ces évolutions influent durablement sur les métiers de la communication. Elles permettent l'optimisation des outils de veille et d'études, et l'émergence de nouvelles opportunités créatives. Elles bouleversent ainsi les méthodes de conception, de production et de diffusion des messages, et transforment les modalités de dialogue entre les marques et les consommateurs. Ces évolutions nécessitent la maîtrise de compétences nouvelles

dans les métiers de la communication.

L'émergence de nouvelles attentes sociétales va également se répercuter sur l'écosystème de la communication. Elles s'articulent autour de trois grandes tendances :

- la diminution de l'acceptabilité de la publicité par les consommateurs ;
- la prise de conscience environnementale ;
- la définition de nouveaux imaginaires de consommation qui doivent tenir compte de préoccupations environnementales et plus largement intégrer les préoccupations sociétales actuelles autour notamment de l'inclusivité, du genre, de la non-discrimination.

L'environnement réglementaire de la communication est complexe et évolue constamment, notamment pour traduire juridiquement les nouvelles attentes sociétales. Ainsi, le droit encadre-t-il désormais la collecte, le stockage, le traitement et l'utilisation des données personnelles. Le texte le plus emblématique de la dernière décennie reste le règlement général sur la protection des données (RGPD). L'objectif de ces règles est de contribuer à créer un environnement numérique dans lequel le consommateur est protégé, et peut apprécier les nouvelles possibilités offertes par les technologies et le numérique en toute confiance. Il convient de prendre également en compte la mise en place d'une régulation par le secteur lui-même afin d'établir les bonnes pratiques susceptibles d'accompagner les changements sociétaux. Enfin, les évolutions juridiques et sociétales sont nombreuses en ce qui concerne la prise en compte de la transition écologique. Cela conduit à une pression croissante en faveur de la prise en compte de ces enjeux par le secteur de la communication. Ces évolutions réglementaires, qui concernent tant les dispositifs que les messages, entraînent une sensibilité accrue du secteur de la communication aux problématiques juridiques et déontologiques.

ACTIVITÉS VISÉES

Prise en charge de la demande de l'annonceur

Elaboration du plan de communication dans un environnement digitalisé

Pilotage du plan de communication

Veille créative et technologique au service de la demande

Création de contenus et de solutions de communication

Production et diffusion des solutions de communication

Achats et relations avec des prestataires

Contrôle et évaluation des solutions de communication

Collecte, analyse et diffusion d'informations sur les évolutions de l'écosystème media et digital

Construction et positionnement d'une offre média et digitale innovante

Accompagnement des équipes commerciales dans la valorisation de solutions media et digitales innovantes

Conseil aux annonceurs dans la mise en œuvre de solutions media et digitales innovantes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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

Prendre en charge la demande de l'annonceur

Élaborer un plan de communication dans un environnement digitalisé

Piloter un plan de communication

Concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication

Mettre en œuvre une veille créative et technologique au service de la demande

Créer des contenus et des solutions de communication

Produire et diffuser des solutions de communication

Acheter des prestations

Contrôler et évaluer les solutions de communication

Accompagner le développement de solutions media et digitales innovantes

Collecter, analyser et diffuser des informations sur les évolutions de l'écosystème media et digital

Construire et positionner une offre media et digitale innovante

Accompagner des équipes commerciales dans la valorisation de solutions media et digitales innovantes

Conseiller les annonceurs dans la mise en œuvre de solutions media et digitales innovantes

Cultures de la communication

Rendre compte de manière succincte de différentes positions présentes dans un ensemble documentaire à dominante textuelle portant sur une question de société

Mobiliser des exemples d'opérations ou de campagnes de communication illustrant les positions présentes dans l'ensemble documentaire en s'appuyant sur les connaissances acquises et la réflexion menée en cours de formation

Analyser une opération ou une campagne de communication en lien avec la question de société abordée à travers les procédés qu'elle mobilise

Concevoir et rédiger un message dans une situation de communication donnée

Mobiliser les références culturelles qui peuvent le sous-tendre

Justifier la cohérence du message produit au regard de la situation de communication donnée

Langue vivante étrangère 1

Compréhension de l'oral

Production et interaction orales

Niveau B2 du CECRL pour les activités langagières suivantes :

Compréhension de documents écrits

Production et interaction écrites

Culture économique, juridique et managériale

Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée

Exploiter une base documentaire économique, juridique et managériale

Proposer des solutions argumentées en mobilisant des notions économiques, juridiques ou managériales et les méthodologies adaptées aux situations proposées

Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique

Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée

Langue vivante étrangère 2 (facultatif)

Niveau B1 du CECRL pour les activités langagières suivantes :

Compréhension de documents

Production et interaction orales

Engagement étudiant (facultatif)

Approfondissement des compétences évaluées à l'épreuve E5 (Concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication)

Développement de compétences spécifiques à un domaine ou à une activité professionnelle particulière en lien avec le référentiel du diplôme et plus particulièrement s'agissant des compétences évaluées dans l'épreuve E5

Entrepreneuriat (facultatif)

Compétences dans le domaine de la création ou de la reprise d'une entreprise intervenant dans le secteur de la communication, et plus particulièrement dans le domaine de la prestation de services

Blocs de compétences

RNCP37198BC01 — Contribuer à l'élaboration et au pilotage de la stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Prendre en charge la demande de l'annonceur

Élaborer un plan de communication dans un environnement digitalisé

Piloter un plan de communication

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Scolaires (établissements publics ou privés sous contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage habilités), Formation professionnelle continue (établissements publics habilités).

Ponctuelle écrite

Formation professionnelle continue (établissements publics habilités à pratiquer le CCF pour ce BTS).

Ponctuelle écrite

Scolaires (établissements privés hors contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage non habilités), Formation professionnelle continue (établissements non habilités) au titre de leur expérience professionnelle, Enseignement à distance.

Ponctuelle écrite

RNCP37198BC02 — Concevoir et mettre en œuvre des solutions de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en œuvre une veille créative et technologique au service de la demande

Créer des contenus et des solutions de communication

Produire et diffuser des solutions de communication

Acheter des prestations
Contrôler et évaluer les solutions de communication

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Scolaires (établissements publics ou privés sous contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage habilités), Formation professionnelle continue (établissements publics habilités).

CCF 2 situations d'évaluation

Formation professionnelle continue (établissements publics habilités à pratiquer le CCF pour ce BTS).

CCF 2 situations d'évaluation

Scolaires (établissements privés hors contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage non habilités), Formation professionnelle continue (établissements non habilités) au titre de leur expérience professionnelle, Enseignement à distance.

Ponctuelle orale

RNCP37198BC03 — Accompagner le développement de solutions media et digitales innovantes

LISTE DE COMPÉTENCES

Collecter, analyser et diffuser des informations sur les évolutions de l'écosystème media et digital

Construire et positionner une offre media et digitale innovante

Accompagner des équipes commerciales dans la valorisation de solutions media et digitales innovantes

Conseiller les annonceurs dans la mise en œuvre de solutions media et digitales innovantes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Scolaires (établissements publics ou privés sous contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage habilités), Formation professionnelle continue (établissements publics habilités).

CCF

Formation professionnelle continue (établissements publics habilités à pratiquer le CCF pour ce BTS).

CCF

Scolaires (établissements privés hors contrat), Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage non habilités), Formation professionnelle continue (établissements non habilités) au titre de leur expérience professionnelle, Enseignement à distance.

Ponctuelle écrite

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du BTS Communication exerce son activité dans toute forme d'organisation, qu'elle soit publique ou privée.

Il peut prendre en charge la communication d'une organisation, de manière internalisée, ou intervenir en qualité de prestataire externe pour le compte d'un annonceur public ou privé. Il peut ainsi s'agir d'une entreprise, d'une association ou d'une organisation publique : administration centrale ou déconcentrée, collectivité locale, établissement public.

Lorsqu'il prend en charge la communication d'une organisation de manière internalisée, il intègre un service communication. Dans les petites structures il peut être seul à exercer cette fonction.

Lorsqu'il intervient en qualité de prestataire, il intègre une régie de communication, une agence de communication, de publicité ou d'évènementiel. Au sein d'une équipe il se voit confier un portefeuille d'annonceurs dont il a la responsabilité. Les évolutions conséquentes qui affectent le secteur de la communication ont permis l'émergence de nouveaux prestataires, susceptibles d'employer les titulaires du BTS Communication sur des domaines ciblés : communication durable, gestion de la data notamment.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

La réalité de la pratique professionnelle d'un titulaire du BTS Communication est diversifiée. La majorité des diplômés trouvent un emploi chez les annonceurs, mais ils peuvent aussi être recrutés en agences ou en régies.

Malgré la variété des situations et contextes d'emplois des diplômés du BTS Communication, trois fonctions types émergent, conduisant à des intitulés de postes variés :

Un métier de communicant généraliste (on le retrouve essentiellement chez les annonceurs), qui se retrouve sous les appellations suivantes : "chargé de communication" / "assistant de communication".

Un métier de communicant avec une orientation digitale (on le retrouve chez les annonceurs et dans les agences de

communication), qui se retrouve sous des appellations variées : “chargé de communication digitale”, “webmaster”, “webmarketeur”, “community manager”, “chef de projet web”, “chargé d’animation web”, “traffic manager”, “social media manager”.

Un métier de communicant avec une orientation commerciale (on le retrouve en agence de communication ou en régie), qui s’exerce sous les appellations suivantes : “commercial espaces publicitaires”, “chargé de clientèle”, “chargé de communication digitale produits”, “chargé de référencement des sites web”.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le jury, nommé pour chaque session par arrêté du recteur d'académie, est présidé par un enseignant-chercheur ou par un inspecteur d'académie-inspecteur pédagogique régionale de la spécialité du diplôme. Il est composé à parts égales :

- De professeurs de l'enseignement public, représentant la majorité des personnels enseignants, dont un enseignant-chercheur, et s'il y a lieu, de professeurs de l'enseignement privé sous contrat ou exerçant en centre de formation d'apprentis ou en section d'apprentissage.
- De membres de la profession intéressée par le diplôme, employeurs et salariés.

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Nouvelle-Calédonie, Polynésie française

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 100 €
Selon la branche	5 700 € – 8 297 €
Prise en charge	Branches concernées
8 100 €	Valeur par défaut · 159 branches

8 297 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE Familles rurales
7 343 €	CNPE des sociétés financières, CPNE chimie, CPNE de l'immobilier
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
8 188 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 181 €	CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNEFP des industries charcutières
8 208 €	CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme
8 180 €	CPNEFP Régime général de la Sécurité sociale
8 098 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 857 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
7 560 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
7 485 €	CPNE de la branche de la librairie
7 403 €	CPNE Travail Temporaire
6 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 459 €	CPNEFP Agences de voyages et tourisme
5 700 €	CPNE Banque

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2028

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP7481

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37198/>

Où se former

Formations référencées	88
Organismes	40
Régions couvertes	10
Prix indicatif	650 € – 17 132 €
Durée	490 – 3650 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	456
-----------------------------	-----

Organismes gestionnaires (CFA)	321
Organismes formateurs	393
Régions couvertes	16
Départements couverts	81
Organismes certifiés Qualiopi	385
Formations à distance	13
Sessions	de 09/2024 à 08/2029

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	641
Montant total engagé	1 554 608 €
Coût moyen par dossier	2 425 €
Durée moyenne	163 h
Période	03/2023 – 08/2026
France compétences	93 %
Reste à charge titulaire	4 %
France Travail	2 %
Régions	0 %
Entreprise	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
OPCO	0 %
État	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.