

# Après LE BTS COMMUNICATION

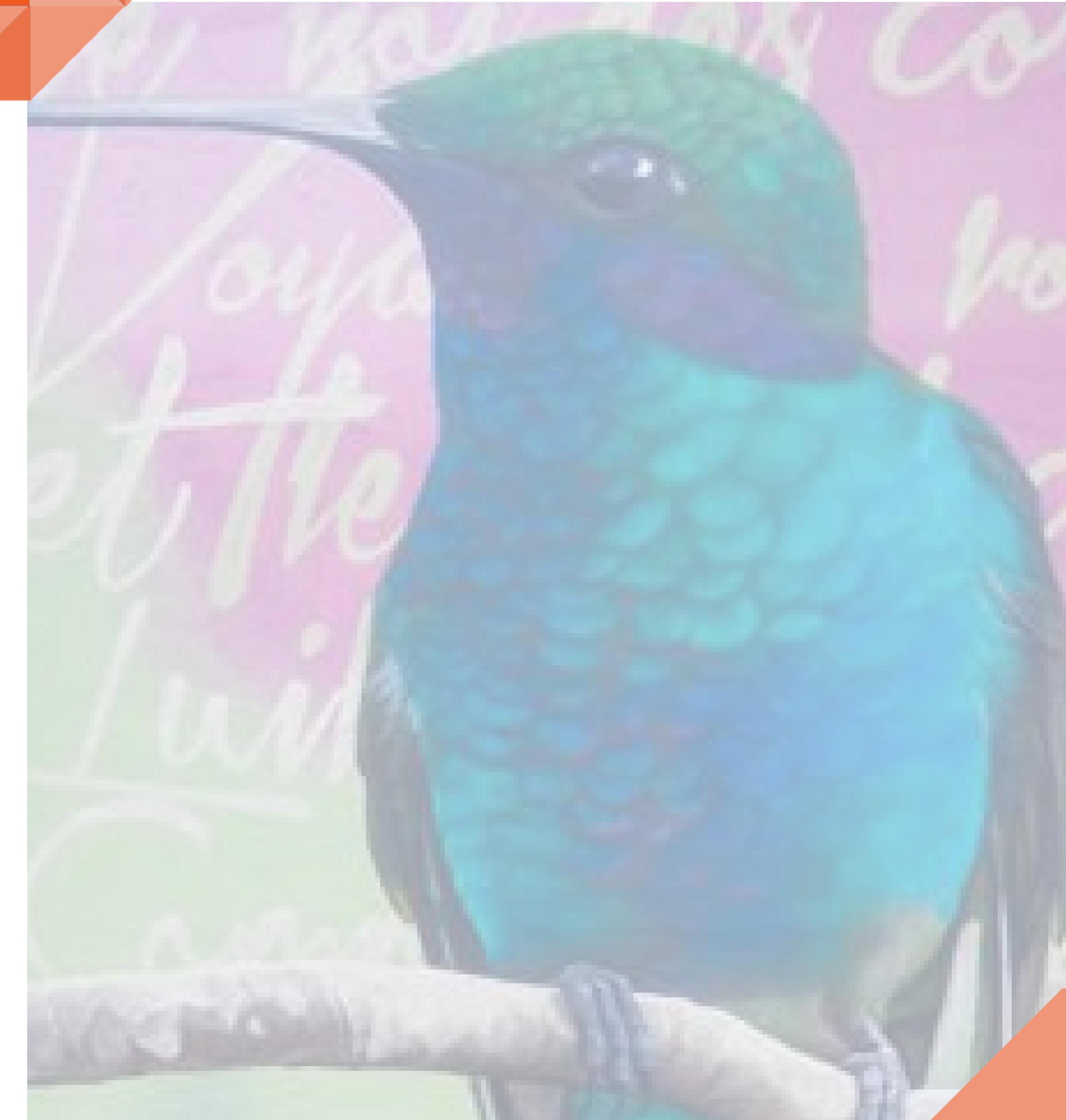
Le BTS est un diplôme conçu pour une insertion professionnelle. Cependant avec un bon dossier, il est possible de poursuivre en licence professionnelle, en école spécialisée dans l'information et la communication ou en école de commerce.

## La poursuite d'études...

- En licence prof. métiers de la communication option chargé de communication, chef de projet communication, événementiel, conception, rédaction et réalisation web
- Ecoles supérieures de communication (ISCPA, Sup. de pub...)

## L'entrée dans le monde professionnel

Le titulaire peut travailler comme assistant à la direction de la communication. Il peut aussi occuper des fonctions de chargé de communication, ou exercer des fonctions commerciales et administratives. En agence, régie ou dans les médias, il occupe un emploi d'assistant commercial ou technique. Il peut enfin, dans certaines structures, exercer les fonctions d'attaché de presse ou d'acheteur d'espaces publicitaires.



JOURNÉE PORTES  
OUVERTES  
Samedi 7 février 2026

PRÊT À DÉPLOYER  
TES AILES ?



nous  
contacter

Tél : 0262 94 79 20

3, allée des Etudiants BP  
40037  
97491 Sainte-Clotilde Cedex



<https://etab.ac-reunion.fr/lyc-leconte-de-lisle/>  
mèl : ce.9740001h@ac-reunion.fr



BTS  
COMMUNICATION  
*“Une palette de possibilités professionnelles”*



# L'ENSEIGNEMENT AU LYCEE

## ► Un enseignement général

- \* Cultures de la communication : Analyse, rédaction, conception de campagnes publicitaires...
- \* Langue vivante étrangère : anglais

## ► et professionnel

- \* Culture Economique, Juridique et Managériale
- \* Contribution à l'élaboration de la stratégie de communication
- \* Conception et mise en oeuvre de solutions de communication
- \* Accompagnement du développement de solutions média digitales innovantes
- \* Ateliers de professionnalisation

Le BTS communication est accessible sur dossier via Parcoursup à tout titulaire d'un bac Général, Technologique ou Professionnel.

# LA FORMATION EN ENTREPRISE

## Les stages et actions

Dans le cadre de leur formation, les étudiants doivent effectuer au minimum 14 semaines de stage et mener des actions de communication lors d'ateliers de professionnalisation.

Un stage d'immersion de 4 semaines ainsi qu'un stage d'approfondissement de 4 semaines en fin de première année (en agence de communication et de publicité, service de communication, entreprise de production) et un stage de perfectionnement de 6 semaines en 2ème année contribuent à la formation professionnelle des étudiants.

Les étudiants mettent en pratique les connaissances théoriques au sein des ateliers de production (maquettes, messages) et le pilotage d'un projet de communication.

## Quelques Partenaires

- Mairie de Saint-Denis (Journées Européennes du Patrimoine...)
- le CEVIFF, l'AFAR, Handicap Solidaire
- Etablissement Français du Sang (EFS)
- Start-up QR Game



## Profil RECHERCHE

Bonne culture générale, créatif, rigoureux, collaboratif, autonome, dynamique, travailleur, maîtrise des outils digitaux



Développez  
Votre culture publicitaire  
et générale



intégrez  
les techniques de production  
et de la communication



COLLABOREZ  
Sur des projets et des actions  
de communication variés

