

	TITRE RNCP 1 : 39249 (JO 27/06/2024)
	NIVEAU 6 : Cadre Européen des Certifications
	26X32058
	320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information
	CERTIFICATEUR : ECORIS

Prérequis

Intégration en 1^{ère} année : BAC ou équivalent
Intégration en 3^{ème} année : BAC +2 (BTS, DUT, etc.)



Autre situation : contacter GFS

Voies d'accès à la formation

L'accès à une action de formation varie en fonction de votre parcours antérieur, de votre situation actuelle et de votre projet futur.

Alternance

> Acquérir une expérience significative, se professionnaliser

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
Formation en alternance financée par un Opérateur de Compétences (OPCO) ou un établissement public.
La formation est gratuite pour le bénéficiaire.

Initiale alternée

> Découvrir le monde de l'entreprise avec une immersion professionnelle

Formation initiale alternée financée par l'apprenant :
Frais d'inscription annuels : 150 € net*
1^{ère} et 2^{ème} année : 3500 € net ; 3^{ème} année : 5500 €

*350 € net pour les étudiants qui viennent de l'étranger.

Possibilité de demander un financement total ou partiel à l'entreprise, dans le cadre d'un partenariat éducatif.

Formule pro

> Se réorienter (reconversion), développer et valider ses compétences

Pour les salariés, demandeurs d'emploi, indépendants, avec expérience professionnelle (selon votre statut) :
Compte personnel de formation (CPF), Plan de Développement des Compétences (PDC), CPF de Transition, Promotion par l'alternance (Pro-A), Contrat de Sécurisation Professionnelle (CSP).

Votre validation peut être réalisée en VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

Parcours individualisé et financement sur devis en fonction de l'expérience.

Rythme de la formation

Grâce à des périodes alternées en entreprise et en centre de formation, le rythme de formation permet de concilier une formation complète avec une immersion professionnelle.

Durée de la formation

Nombre d'heures : 550 h. La durée du parcours de formation est modulable selon la voie d'accès.

PUBLIC

Alternants, salariés, étudiants, demandeurs d'emploi, travailleurs indépendants

Accessible aux personnes en situation d'handicap (PSH)

ADMISSION

Candidature en ligne ou sur Parcoursup.
Recrutement sur dossier, entretien, étude personnalisée de votre projet de formation avec un conseiller en réussite professionnelle et courrier d'admission.

Objectifs et exemples de missions

Le Responsable Communication contribue à la définition et à la mise en œuvre de la politique de communication générale de l'entreprise. Il déploie des actions de communication et des projets évènementiels, en adéquation avec la politique définie par son entreprise, en poursuivant des objectifs fixés, à la fois quantitatifs et qualitatifs. Il seconde un responsable d'établissement ou un directeur de la communication si cette fonction existe déjà dans l'entreprise. Selon la taille de l'entreprise et l'expérience, il pourra prétendre à des postes de responsable et faire évoluer son service. Sa polyvalence dans les domaines de la communication et du digital est particulièrement appréciée dans les TPE, au sein desquelles il sera rapidement amené à assumer des responsabilités et à développer des projets et des stratégies, et sa fonction évolue souvent vers la création d'un service communication.

- > Promouvoir l'image de marque de l'entreprise
- > Élaborer une veille mercatique pour l'entreprise
- > Participer à la mise en œuvre d'une stratégie de marketing et communication
- > Gérer des actions et supports de communication
- > Conceptualiser, créer et gérer des évènements d'entreprise
- > Gérer les réseaux sociaux

Suite de parcours et débouchés professionnels

Cette formation permet de poursuivre vos études vers un titre de **niveau 7** ou d'accéder à un emploi :

- > Responsable communication
- > Responsable / Chargé-e de communication digitale
- > Responsable / Chargé-e de communication évènementielle
- > Chargé-e de projet
- > Chargé-e de communication externe

Encadrement

Chaque apprenant bénéficie d'une formation et d'un suivi pédagogique individualisé, encadré par les formateurs, un responsable pédagogique et un conseiller en réussite professionnelle. Les membres de cette équipe sont les interlocuteurs privilégiés de l'apprenant pour la réussite de son parcours pédagogique et professionnel.

La liste des formateurs correspondant à la formation suivie est remise avant l'entrée en formation, lors de l'entretien avec le conseiller en réussite professionnelle.

Un accompagnement individualisé se crée avant, pendant et après la formation.

Pour aller plus loin, passerelles et équivalences

Pour plus de détails sur ce parcours de formation, rendez-vous sur le site de France Compétences <https://francecompetences.fr> puis entrez le code RNCP de cette fiche. Vous pourrez également télécharger la fiche **Europass** de la formation.

Pour valoriser vos compétences et gérer votre carrière en France ou en Europe, rendez-vous sur la plateforme Europass : <https://europa.eu/europass/fr>



GRIMP
Recherche d'entreprise



GFS ONLINE
ENT, planning, notes, ressources



Microsoft 365
Adresse email et applications



Wi-Fi & écrans interactifs
dans chaque salle



Logiciels métiers
et/ou certifications



Bibliothèque & ludothèque
à disposition



Accès photocopieur
et numérisation



Espace de vie
sur place

ORGANISATION ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Formation de 1 an, adaptée selon parcours antérieur.
La formation est multimodale avec présence en centre, formation à distance (FOAD), formation en situation de travail (FEST).
Pour chaque stagiaire, un planning adapté à son statut est joint à la convention de formation.
La répartition horaire par matière ou par module est susceptible de subir des modifications en fonction du niveau initial de l'apprenant et/ou du groupe, de son parcours individualisé et de son accompagnement. Il en est de même pour le programme.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie active : cas pratiques, participation à des concours, pédagogie inversée, partenariats pédagogiques avec des entreprises, thématiques professionnelles.

DÉLAI D'ACCÈS À LA FORMATION

De 1 jour à 3 mois en fonction du financeur.

HORAIRES

La formation se déroule par demi-journées : de 8 h 15 à 12 h 00 et de 13 h 00 à 16 h 45.

NOMBRE DE STAGIAIRES

Un groupe de 5 à 30 participants.

SUIVI DE L'EXÉCUTION DU PROGRAMME

Un émargement est réalisé par demi-journée, il est signé par l'apprenant et le formateur. L'apprenant reçoit à son inscription des codes personnels pour consulter son planning, des ressources pédagogiques et ses résultats d'évaluations sur l'ENT².

RÈGLEMENT D'EXAMENS

Pour les personnes ayant suivi le cycle de formation :

Examens écrits et oraux en cours et en fin de formation avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.
L'apprenant reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action ainsi qu'un résultat de l'évaluation.
Les résultats de la soutenance et des contrôles détermineront l'obtention du titre « Responsable Communication » inscrit au RNCP niveau 6, délivré par ECORIS (JO du 27/06/2024) et selon l'option choisie du Bachelor Communication et Événementiel (Spécialité « Communication et Management Événementiel » ou du Bachelor Communication et Création Digitale (Spécialité « Création Digitale Vidéo ») délivré par ECORIS, si l'apprenant valide un niveau B1 au CECRLE en anglais.

MODULES	ÉVALUATIONS	COEFF.
BLOC 1 : PARTICIPER À L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE ET ÉTHIQUE		
STRATÉGIE ET MARKETING OPÉRATIONNEL	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
COMMUNICATION STRATÉGIQUE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
RSE	CCF	2
BLOC 2 : ÉLABORER LA STRATÉGIE DES CANAUX DE COMMUNICATION		
NÉGOCIATION ACHAT	ÉPREUVE ÉCRITE	1
SIMULATION NÉGOCIATION ACHAT	ÉPREUVE ORALE	4
COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	4
GESTION FINANCIÈRE D'ENTREPRISE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
BLOC 3 : CONCEVOIR, ÉVALUER ET OPTIMISER UN PROJET DE COMMUNICATION PRINT OU DIGITAL CENTRÉ SUR L'UX		
MARKETING DIGITAL	ÉPREUVE ORALE	6
INFOGRAPHIE	3 CCF	6
STRATÉGIE RÉDACTIONNELLE ET INFORMATIONNELLE	ÉPREUVE ÉCRITE / 2 CCF	4
BLOC 4 : CONDUIRE UN PROJET ET/OU MANAGER UN SERVICE COMMUNICATION		
LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	ÉPREUVE ÉCRITE	1
COMMUNICATION ET MANAGEMENT	ÉPREUVE ÉCRITE	3
BLOC OPTION 1 : CONCEPTUALISER, CRÉER ET GÉRER UN ÉVÈNEMENT		
COMMUNICATION ET MANAGEMENT ÉVÉNEMENTIEL	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	4
BLOC OPTION 2 : CRÉER DES CONTENUS VIDÉOS POUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX		
CRÉATION DIGITALE VIDÉO	2 CCF	4
BLOC MÉMOIRE PROFESSIONNEL		
ENTRETIEN PROFESSIONNEL	2 ÉPREUVES ORALES 2 CCF	12
BLOC COMPLÉMENTAIRE		
ANGLAIS	TEST DE NIVEAU CECRL	X

Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative :

• Validation par blocs de compétence (ou CCP³)
L'examen peut être validé par bloc de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante. L'examen se déroule alors sous forme ponctuelle. La moyenne à chaque bloc permet l'obtention du diplôme.

• VAE

La Validation des Acquis de l'Expérience permet de valider un certificat ou un diplôme représentant des compétences acquises lors de votre parcours professionnel. Pour ce type de parcours, consultez votre conseiller en réussite professionnelle ainsi que : <https://vae.gouv.fr/>

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Taux de réussite : 100% en 2026 (6 présentés, 6 reçus)

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)

BLOC 1 : Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication responsable et éthique

Stratégie et marketing opérationnel

- La notion de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs), environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et stratégie digitale
- La politique de prix et stratégie digitale
- La politique de distribution / merchandising et stratégie digitale
- La politique de communication et stratégie digitale
- La politique people - stratégie digitale et ses techniques pour dynamiser la relation client

Communication stratégique

- Les différents types de communication
- Les acteurs de la communication
- Les objectifs et les cibles de communication
- La communication interne / la marque employeur
- La communication de crise
- Le droit de la communication

RSE

- La Fresque du Climat
- L'anthropocène et l'urgence climatique
- Les bases du développement durable et de la RSE
- La communication engageante et le nudging

BLOC 2 : Élaborer la stratégie des canaux de communication

Négociation achat

- Les fondamentaux de la négociation et de la fonction achat
- L'étude des différents besoins et des capacités fournisseurs à y répondre
- Les différents types de négociation et de négociateurs
- L'identification des objectifs prioritaires et la structuration de la négociation

Simulation négociation achat

- Préparation à l'épreuve de Négociation Achat

Communication opérationnelle

- La marque
- La TV / le cinéma
- La radio / l'affichage
- La presse / Internet
- Le hors media (sponsoring, mécénat, marketing direct, PLV)
- Les relations presse

Gestion financière d'entreprise

- Le bilan comptable, le compte de résultat, les provisions et amortissements
- Le bilan fonctionnel et ses ratios (FR, BFR et trésorerie)
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et la structure financière de l'entreprise
- El et formes sociétales
- La rentabilité et profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

BLOC 3 : Concevoir, évaluer et optimiser un projet de communication print ou digital centré sur l'UX

Marketing digital

- Lediagnostic marketing et communication omnicanal : analyse, veille stratégique et segmentation des cibles
- La segmentation client : les personas, les comportements digitaux et l'exploitation des données CRM
- Les stratégies d'acquisition et de conversion digital : SEO/SEA, social media, content marketing, tunnels de conversion
- Le pilotage de la performance marketing : KPI, tableaux de bord et méthodes de reporting
- La stratégie de contenus multicanale, les outils de création / automatisation, les normes légales, la RGPD, l'accessibilité et la RSE
- Les choix stratégiques : argumentation, présentation et analyse critique

Infographie

- Photoshop et ses fonctionnalités
- Photoshop : déclinaisons de formats
- Créer un visuel

- Illustrator et ses fonctionnalités
- Interconnexions de logiciels et complémentarité
- InDesign et ses fonctionnalités

Stratégie rédactionnelle et informationnelle

- La création d'une charte éditoriale
- La création d'un planning éditorial
- La rédaction d'une fiche produit pour le web
- L'utilisation du storytelling pour vendre un produit/ marque

BLOC 4 : Conduire un projet et/ou manager un service communication

Législation et gestion des ressources humaines

- Les bases du droit du travail, le contrat de travail et les éléments constitutifs du contrat de travail
- La gestion du temps de travail
- La gestion des congés
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures individuelles du contrat de travail

Communication et management

- Les concepts de base de la communication
- Les rôles du manager et les différents styles de management
- La méthodologie de conduite de réunion
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage professionnel
- L'application managériale des réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y, Z

BLOC OPTION 1 : Conceptualiser, créer et gérer un événement

Communication et management de l'événementiel

- Acteurs et métiers de l'événementiel
- Cahier des charges et brief créatif
- Appel d'offre et mise en compétition
- Les contrats et rémunérations des agences
- La communication événementielle
- Les démarches administratives et pratiques de sécurité
- Gestion du temps et retro planning
- La gestion du budget
- Management du projet événementiel
- L'après-événement – bilan événement

BLOC OPTION 2 : Créer des contenus vidéos pour le web et les réseaux sociaux

Création digitale vidéo

- Définition des objectifs et de la cible, choix du support de projet vidéo
- Structuration d'un message adapté aux différents canaux de diffusion
- Organisation visuelle d'un projet en centralisant les contenus nécessaires
- Cadrage, éclairage et prise de son de qualité avec différents équipements
- Utilisation d'un logiciel de montage pour créer une vidéo cohérente
- Les contraintes techniques des plateformes choisies
- Les indicateurs clés pour mesurer la performance vidéo

BLOC : MÉMOIRE PROFESSIONNEL

Conduite de projet

- Construction du projet et du mémoire

BLOC COMPLÉMENTAIRE

Anglais

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

ACCOMPAGNEMENT, CONDUITE DE PROJET, ET ÉVALUATIONS

- Accompagnement individualisé et collectif (entreprise, formation, dossiers...)
- Thématiques
- Évaluations sommatives et formatives

¹ RNCP : Répertoire National de la Certification Professionnelle

² ENT : Espace Numérique de Travail

³ CCP : Certificat de Compétence Professionnelle

