

Licence professionnelle: Activités et techniques de communication Spécialité: chargé de communication et de relation client

RNCP15877 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	320t, 320p
Code(s) ROME	E1103, M1703, E1402
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université Toulouse 1 Capitole

<http://www.univ-tlse1.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les titulaires de ce diplôme sont appelés à exercer des fonctions de chargé de communication et de relation clients dans des PME et PMI où la communication aussi bien interne qu'externe est un levier primordial dans leur développement et leur pérenisation.

Ils ont à mettre en place une politique de communication dans le cadre de la relation client tout en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise dans laquelle il exerce.

Dans cet objectif, ils ont à :

- Gérer, seul ou sous l'autorité d'un responsable, la communication interne et externe de petites et moyennes organisations sous l'ensemble de leurs aspects tout en veillant à leur qualité et à leur cohérence avec la stratégie globale fixée par la direction et à laquelle il peut avoir contribué.
- Assurer la responsabilité ou participer au développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché.
- Définir les cahiers des charges et évaluer des prestations en communication.
- Elaborer une stratégie et un plan de communication global (marketing, média, publicité), en tenant compte de la diversité des canaux de communication.
- Gérer les relations avec les prestataires ou les fournisseurs. Il peut aussi négocier les achats d'espaces publicitaires dans les supports (prix, périodicité, durée).
- Mettre en place des tableaux de bord et mettre en place des indicateurs afin de contrôler l'efficacité d'une solution choisie.
- Assurer une veille technologique dans leur domaine.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Comprendre les enjeux et identifier les besoins de communication de leur milieu professionnel pour concevoir et réaliser techniquement des solutions intégrées de communication dans des structures de taille moyenne.

- Choisir, concevoir et mettre en œuvre les différents supports de communication (papier, visuel ou multimédia) tout en prenant en compte les contraintes budgétaires.
- Mesurer et évaluer leur impact.
- Définir une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu.
- Proposer des plans d'action commerciale et des campagnes promotionnelles en fonction des produits choisis.
- Suivre l'évolution commerciale de sa gamme, assister la force de vente, coordonner les activités qui concourent à la réalisation du plan mercatique (marketing)/produit.
- Utiliser les outils du système d'information de gestion.
- Déterminer, en fonction des principes des échanges internationaux le plan de communication à mettre en place.
- S'exprimer en anglais dans leur activité professionnelle.
- Animer et coordonner des équipes.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Ce professionnel travaille dans tous les secteurs économiques et plutôt dans des entreprises de taille moyenne (PME/PMI). Il peut travailler aussi bien pour une entreprise privée que pour une association, une collectivité territoriale ou un organisme d'Etat.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- adjoint service relation client
- assistant chef de produit
- responsable service relation clientèle
- chargé de plan média
- responsable du plan média
- chargé de communication
- responsable des relations extérieures

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) 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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %

Emplois saisonniers 11 %

Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication
--	--

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

50 % équipe pédagogique 50 % professionnels

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/15877/>