

Chargé(e) du marketing et de la communication

RNCP28148 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Code(s) ROME	E1401, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/04/2021

Certificateur(s)

CONSEIL FORMATION QUALIFICATION · SIRET : 40132583200087

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFTEC	35119111900160	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900228	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900236	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900244	Former et organiser l'évaluation
ECOTEC	33830238300041	Former et organiser l'évaluation
ESPL-ECOLE SUPERIEURE DES PAYS DE LOIRE	44344472400027	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le (la) chargé(e) du marketing et de la communication contribue à gérer l'image d'une organisation (entreprises ou toute autre entité) en déclinant dans la stratégie de cette organisation une communication produits ou de service. Il (elle) contribue ainsi à la notoriété, au développement et au déploiement de l'efficacité économique de sa structure ou pour celle d'un client. Il (elle) fait le lien entre marketing et communication, favorise et renforce ainsi le développement commercial en amont et en aval.

Il (elle) peut être chargé(e) de la communication d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une ligne de produit ou d'une marque.

Ses missions marketing/communication seront plus ou moins spécialisées en fonction de la taille et de l'organisation interne de l'entreprise qui l'emploie.

Ces activités se distribuent autour de quatre pôles de compétences :

- la gestion et l'administration des ventes et de la distribution
- la participation à l'action marketing de l'entreprise,
- la négociation des contrats et conclusion des ventes
- le management des équipes commerciales

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- gérer et administrer des ventes et de la distribution,
- participer à l'action marketing de l'entreprise,
- négocier des contrats et conclusion des ventes,
- manager des équipes commerciales.

Blocs de compétences

RNCP28148BC01 — Stratégie du marketing et de la communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Elaborer un projet média à partir d'une situation de communication et/ou de marketing
- Définir un budget de fonctionnement de son activité
- Mettre en place un plan d'action dans la conduite d'une campagne publicitaire, commerciale et/ou promotionnelle
- Elaborer une recherche de collaboration interne et externe
- Coordonner un travail en équipe
- Faire une étude marketing en prenant en compte tous les éléments du produit, de la stratégie commerciale et de la veille concurrentielle
- Appliquer des données économiques et stratégiques dans la manière de conduire et d'appliquer son plan de communication
- Elaborer un plan de communication en lien avec la promotion d'une action de marketing
- Evaluer une action marketing et appliquer les retombées à travers un reporting

Modalités d'évaluation :

- Cas pratique et cas d'entreprise

Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence

RNCP28148BC02 — Conduite de projets marketing et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Rédiger un cahier des charges
- Rédiger des contenus média dans le cadre d'une campagne marketing, promotionnelle et publicitaire
- Réaliser des supports visuels à partir d'outils informatisés (logiciels, banque d'images, dessins...)
- Editer un chemin de fer en vue d'une publication éditoriale
- Créer des plaquettes de présentation d'une action de communication
- Mettre en place des supports de gestion d'une action marketing et/ou de communication
- Gérer des outils médias et apporter des conseils avisés sur la réalisation de supports médias
- Appliquer la réglementation en matière de la gestion des publications et de l'information auprès des médias (TV, presse...)
- Animer et coordonner une équipe à, partir d'un thème de travail
- Expliquer par écrit et par oral sa stratégie de projet aux commerciaux et à sa hiérarchie
- Développer une communication en interne pour la mise en place d'une action
- Présenter une documentation travaillée en CAO/DAO
- Développer et administrer un site web

Modalités d'évaluation :

- Cas pratique et cas d'entreprise

Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence

RNCP28148BC03 — Gestion des relations publiques et gestion des évènements

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Elaborer une diffusion de l'information auprès des médias
- Rédiger des textes publicitaires
- Elaborer un plan de diffusion média
- Calculer un budget média

- Mettre en place un plan de déploiement de l'information auprès des relations publiques

Modalités d'évaluation :

- Cas pratique et cas d'entreprise

Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence

RNCP28148BC04 — Gestion administrative, financière et juridique applicable à la conduite de projet en marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Elaborer et calculer le coût financier d'une action de communication
- Réaliser un devis de ses actions
- Rédiger une convention de partenariat
- Appliquer des règles de diffusion sur un plan média (actions publicitaires presse, TV, radio, net....)
- Elaborer un plan stratégique pour définir le choix des médias à utiliser
- Budgéter une action dans son ensemble et en répartir les différents postes
- Elaborer et appliquer les données d'un cahier des charges pour la définition des prestataires
- Réaliser le bilan d'une action en réalisant des tableaux d'étude des coûts
- Veiller à l'application des droits de l'information (réglementation légale de la gestion de l'information en fonction de son secteur d'activité)
- Démontrer sa capacité à exploiter des outils de gestion tableur, base de données, logiciels spécifiques médias

Modalités d'évaluation :

- Cas pratique et cas d'entreprise

Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs d'activité industrielle et de services.

Toutes collectivités utilisant la communication et le marketing

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet adjoint internet/intranet Chef adjoint de publicité, chef adjoint de groupe en agence Responsable de clientèle Directeur commercial adjoint Directeur adjoint de la communication et des relations publiques

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)	3 001 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	14 455

Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président
Nombre de personnes composant le jury Sept
Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%) Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%

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

Qualité du président du jury et mode de désignation

Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président

Nombre de personnes composant le jury : Sept

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%)

Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 21/04/2021

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP15094

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP35742

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

isifapplusvalues.com

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28148/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	49
Montant total engagé	34 850 €
Coût moyen par dossier	711 €

Durée moyenne	56 h
Période	02/2020 – 10/2020
France compétences	68 %
Reste à charge titulaire	32 %

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