

Chargé de communication et de marketing

RNCP28747 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	320
Code(s) ROME	E1103, M1705, E1107
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	05/08/2020

Certificateur(s)

ENSEC · SIRET : 39863617500018

Ecole nantaise supérieure d'enseignement commercial (ENSEC)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le chargé de communication et marketing opérationnel participe à la mise en oeuvre de la stratégie de communication et des opérations de marketing.

Il contribue au développement de la communication au sein des organisations, des entreprises, des administrations ou des établissements publics.

A – Contribuer aux différentes analyses marketing organisées par l'entreprise

Ø Mener une veille informationnelle, technologique et concurrentielle

Ø Elaborer les rapports et bilan des études et analyses menées.

B- Concevoir et mettre en œuvre le plan d'actions de communication et de marketing opérationnel

Définir et choisir

Ø Définir / Identifier les cibles de communication en tenant compte de la segmentation marketing définie dans la stratégie marketing de l'entreprise

Ø Définir les actions de communication à mener contribuant au développement de l'image et à la défense des intérêts de l'entreprise en phase avec ses valeurs.

Ø Définir les actions de marketing opérationnel à mener en vue de conquérir et fidéliser de nouveaux marchés

• Concevoir et réaliser les publications et contenu, les outils marketing et communication, les événements, les campagnes de communication et de marketing direct

• Sous-traiter et coordonner le travail des prestataires

• Planifier les actions de communication et marketing

C- Assurer la gestion et le suivi des projets de communication et marketing

Ø Définir et mettre en œuvre les moyens humains, matériels et financiers à allouer pour les projets et actions de communication et marketing définis, et les chiffrer.

Ø Assurer le suivi des actions planifiées et mener les actions correctives éventuelles au cours des projets

Ø Conseiller et accompagner les managers et les opérationnels dans l'application des actions de communication

Ø Mesurer et Dresser le bilan des actions

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Concevoir et mettre en œuvre les actions de communication
Organiser de manière opérationnelle le plan de communication et le plan media

- Suivre le budget
- Mener une veille informationnelle et concurrentielle
- Piloter la réalisation du plan de communication
- Manager et coordonner une équipe et un réseau de partenaires
- Réaliser des supports de communication
- Gérer les Relations presse et relations publiques
- Suivre le Community management
- Concevoir le plan d'actions Marketing
 - Réaliser études et analyses de marché et du contexte environnant de l'entreprise
 - Elaborer et mettre en œuvre le mix marketing afin de développer des opérations de promotions...
 - Développer les outils d'aide à la vente
 - Mener une campagne de marketing direct
- Assurer la gestion et le suivi des actions de communication et du Marketing
 - Etablir les outils de mesure des actions
 - Suivre le budget du plan de communication et mener les actions correctives éventuelles
 - Superviser réalisation et diffusion des supports et de leur contenu
- Piloter un projet événementiel
 - Développer des concepts créatifs et bâtir des recommandations événementielles
 - Assurer la gestion opérationnelle et coordonner les différents intervenants
 - Gérer et suivre le budget de l'événement
 - Animer les relations avec le client et faire le bilan de l'événement

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Dans les grosses structures, la communication interne et la communication externe sont dissociées, et parfois n'appartiennent pas au même service. Les professionnels de la communication et du marketing sont spécialisés par domaine : communication interne, communication événementielle, relations presse, communication institutionnelle (sur l'image globale de l'entreprise), mécénat, communication financière, "business to business" (destinée à d'autres entreprises)... Toutefois, malgré cette spécialisation, les aléas de dernière minute étant fréquents, le chargé de communication marketing peut être amené à intervenir dans tous les domaines.

Dans les petites structures, les professionnels de la communication participent indifféremment à l'ensemble de ces domaines de communication, selon les circonstances.

Ce métier s'exerce aussi dans les agences de communication qui peuvent intervenir dans un ou plusieurs domaines : communication sur les produits et les marques, communication institutionnelle, communication interne, communication spécialisée (santé, environnement) communication financière, communication de crise, et communication avec les services publics.

Dans les agences, le chargé de communication marketing travaille pour plusieurs clients.

Le Chargé de communication marketing peut travailler dans les grandes entreprises, les agences conseil en communication et/ou publicité, dans des entreprises moyennes, dans la fonction publique d'État ou territoriale ou dans des fédérations et syndicats professionnels.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Types d'emplois accessibles

Appellations du métier en entreprise :

- Chargé de communication
- Chargé de marketing et communication
- Chargé des relations publiques
- Chargé ou chef de projets communication
- Chargé ou Chef de projets marketing
- Chargé ou chef de projet événementiel
- Assistant marketing
- Assistant communication

Appellations du métier en agence :

- Chef de publicité

- Chargé de clientèle
- Consultant communication, marketing

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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

Cette information a été supprimée en application de l'article 17.1 du Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	05/08/2020
-------------------------------------	------------

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28747/>