

Directeur de la communication et du marketing international

RNCP29449 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 310
Formacode(s)	34260, 34052, 46301
Code(s) ROME	E1401, E1103, M1705, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/12/2021

Certificateur(s)

THE AMERICAN UNIVERSITY OF PARIS · SIRET : 78430827200045

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le/la directeur/trice de la communication et du marketing développe et met en œuvre la stratégie de communication et marketing interne et/ou externe de l'entreprise ou l'organisme pour attirer et fidéliser la clientèle nationale ou internationale ou sensibiliser à une action privée ou publique.

Le terme de communication et marketing prend différents sens selon le contexte d'utilisation : il peut désigner une communication interne, externe, publicitaire, institutionnelle, financière, commerciale, etc. ou une dimension locale, régionale, nationale, européenne, mondiale ...

Au sein d'une entreprise, la communication interne est généralement exercée pour communiquer des informations et/ou promouvoir des activités et des pratiques.

Au sein d'une agence de publicité, de stratégie de marque, d'un bureau d'études, d'une ONG ou d'une association, le directeur de la communication/marketing ou le consultant est en lien avec la clientèle : il en analyse les besoins et apporte une ou des réponses en termes de stratégie de communication, évalue les actions mises en place et s'assure de la fidélisation des commanditaires.

Le/la directeur/trice de communication internationale élabore un plan de communication/marketing dans le but de promouvoir des services/produits à l'international en tenant compte de la dimension interculturelle. De son plan dépend l'image de l'entreprise qui l'emploie à l'échelle mondiale. « penser global, agir local »...

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Liste des compétences visées par le diplôme, le titre ou le certificat

1. Expertise du champ professionnel et veille
2. Réalisation de la stratégie de communication
3. Mise en œuvre d'une stratégie de communication
4. Développement d'une pratique évaluative et d'une expertise technique

Blocs de compétences

RNCP29449BC01 — Développer une pratique et une expertise technique de l'évaluation d'une stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Elaborer un plan d'évaluation des impacts de la stratégie de communication et en intégrer les résultats dans une pratique évolutive de la communication
- Coordonner l'évolution de la promotion de l'image de la société ou de l'institution avec les évolutions de la clientèle, du contexte et du produit.

Modalités d'évaluation :

- Elaboration d'une étude de cas sur le thème de l'analyse de la mise en œuvre d'une stratégie de communication et la réalisation de supports.
- Elaboration d'études de cas spécifiques dont les thèmes sont la simulation de campagne de communication et la construction de plan marketing.

Délivrance d'une attestation :

Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.

RNCP29449BC02 — Expertiser le champ professionnel au regard de ses connaissances et réaliser un travail de veille

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Réaliser une analyse de stratégie de communication de la marque au regard de l'environnement économique, marketing, technologique, socio-culturel et concurrentiel de la marque/ du produit/ de l'institution
- Réaliser un travail de veille en recherchant et analysant les informations nécessaires à l'étude de l'écosystème dans lequel évolue une entreprise, des tendances socio-économiques et socio-culturelles mondiales et au maintien à jour de ses connaissances en matière de nouvelles techniques de communication.

Modalités d'évaluation :

- Elaboration d'une étude de cas sur le thème de l'analyse de la stratégie de communication
- Elaboration d'études de cas spécifiques dont les thèmes sont l'audit de marque, l'analyse sémiotique de support de communication, l'analyse de support de communication

Délivrance d'une attestation :

Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.

RNCP29449BC03 — Réaliser un plan de stratégie de communication au regard d'outils de communication et d'analyses marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Piloter les études et audits nécessaires à la définition de la stratégie de communication en accord avec la stratégie politique de l'entreprise
- Réaliser un plan de stratégie de communication au regard des outils de communication et d'analyse marketing en veillant à l'articulation politique/stratégique/tactique et en prenant en compte les enjeux socio-culturels

Modalités d'évaluation :

- Elaboration d'études de cas spécifiques dont le thème est l'audit de la stratégie de communication de l'entreprise.
- Travaux de recherche faisant l'objet d'un exposé oral sur l'évolution de grandes entreprises de communication, et sur l'économie politique des médias, ainsi que d'un rapport de recherche sur la transformation culturelle des nouvelles tendances.

Délivrance d'une attestation :

Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.

RNCP29449BC04 — Mettre en œuvre une stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Coordonner les différentes étapes et les différents aspects de la stratégie de communication définie dans le plan de stratégie en respectant les budgets et les orientations de la direction.
- Manager la création et la réalisation des supports de communication numérique ou autre

Modalités d'évaluation :

- Elaboration d'études de cas spécifiques dont le thème est la réalisation d'un plan de stratégie de communication

Délivrance d'une attestation :

Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Avec la mondialisation et l'essor des nouvelles technologies, et plus particulièrement des réseaux sociaux, les débouchés sont de plus en plus nombreux. Le directeur de communication globale peut travailler dans des grandes et moyennes entreprises de secteurs variés (relations publiques, tourisme, réseaux sociaux, communication digitale, informatique, internet, multinationales...), dans des ambassades, des agences internationales (UNESCO, OCDE) ou encore dans des organisations internationales (ONG, ONU...).

Au début de leur carrière, les détenteurs de cette certification peuvent aussi exercer des emplois dans les domaines des relations publiques, du journalisme, des médias, du marketing, et d'autres domaines similaires qui reposent sur une expertise en communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le/la directeur de la communication/du marketing international est rattaché à la Direction générale et membre du comité de Direction.

Il/elle dirige le service ou département communication et gère une équipe interne (qui peut être subdivisée en communication interne, externe et relations presse). Il/elle est aussi en relation avec des prestataires externes (agences de communication, intervenants free-lance, imprimeurs, etc.). En agence médias ou en agence de communication, il/elle est responsable d'un pôle ou directeur, selon son expérience et la taille de l'agence.

« Au sein de la quasi-totalité des grandes entreprises, le/la directeur/trice de la communication est membre de l'équipe de direction et participe à ses réunions. Lorsque, exceptionnellement, il/elle n'est pas membre du comité de direction, l'impression est que la situation résulte d'un choix partagé n'ayant aucune incidence sur la fonction communication de l'entreprise (c'est le cas chez Alcatel, par exemple). Dans les entreprises de taille moyenne, le mouvement est bien enclenché également. Au total plus de 80% des directeurs/trices de communication rendent compte directement au président de l'entreprise, alors qu'ils/elles n'étaient encore que 64% en 1997. » Source : « Communiquer dans un monde incertain », Thierry Libaert, Pearson éditions.

RÈGLEMENTATIONS 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, Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

- 2 professionnels/les dont le président du jury (répartis 50/50 hommes/femmes et 50/50 employeurs/salariés) ;
- 3 membres internes à la certification.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 21/12/2021

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36213

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.aup.edu/>

<https://www.aup.edu/>

<https://www.aup.edu/academics/graduate-programs/global-communications>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/29449/>