

Manager des stratégies marketing et communication

RNCP31916 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	46301
Code(s) ROME	E1402, E1401, M1705, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	18/12/2023

Certificateur(s)

MEDIASCHOOL GROUP · SIRET : 49088549800041**MEDIASCHOOL PARIS - MEDIASCHOOL PARIS CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS · SIRET : 49032361500065****MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION · SIRET : 79763942400036**

Partenaires habilités

32 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 32 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CESACOM	50298503900028	Former et organiser l'évaluation
CFP ECOLE NANTAISE DE COMMERCE-ENC	44229373400012	Former et organiser l'évaluation
COMPETENTIS	94953886200010	Former et organiser l'évaluation
ECS BARCELONA - MEDIASCHOOL PARIS	—	Former et organiser l'évaluation
EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL BRUXELLES - ECS BRUXELLES	45424139700000	Former et organiser l'évaluation
EUROPEEN COMMUNICATION SCHOOL STRASBOURG	51809403200035	Former et organiser l'évaluation
FORMASO	44904121900014	Former et organiser l'évaluation
GPE ESP ECOLE SUPERIEURE DE PUBLICITE	51381312100029	Former et organiser l'évaluation
GROUPE EAC - ING	34243610200061	Former et organiser l'évaluation
ICADEMIE	48908897100093	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 32 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp31916-manager-des-strategies-marketing-et-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager des stratégies marketing et communication est un acteur essentiel de la réussite et du développement d'une entreprise, car il assure la double mission de mettre en adéquation son offre produit ou service avec son marché et de contribuer à son rayonnement et sa notoriété, en améliorant sa visibilité et la lisibilité de son identité, de ses valeurs et de sa singularité. Son activité peut revêtir deux formes de conditions d'exercice :

- Au sein d'un cabinet spécialisé – agence de conseil en stratégie, en communication ou en marketing, il gère un portefeuille de clients externes.
- Chez l'annonceur, il dirige un service dédié et est pleinement intégré à son entité. Quel que soit son secteur d'activité, celle-ci peut être de dimension locale, nationale ou internationale, avoir ou non un but lucratif ; il peut s'agir aussi bien d'une entreprise publique ou privée que d'une institution, d'une association ou encore d'une collectivité.

Dans un cas comme dans l'autre, son rôle est toujours de conseiller la direction générale de la structure, en élaborant une stratégie marketing et communication porteuse de développement et en cohérence avec sa politique et son positionnement.

Travaillant au point de rencontre entre une « marque » et un public, le Manager des stratégies marketing et communication évolue dans un environnement complexe, où il doit composer avec des variables objectives et mesurables – la conjoncture économique, la situation du marché, l'état de la concurrence..., des paramètres évolutifs – les besoins des usagers, leur comportement d'achat ou de consommation... et des données éminemment subjectives – le désir, la recherche d'émotions, les aspirations contradictoires... Par conséquent, s'il s'appuie sur une parfaite compréhension de la marque – son offre, son marché et son public, il le fait en conjuguant des approches à la fois rationnelle et intuitive, convoquant aussi bien ses capacités d'analyse et de déduction que sa sensibilité et son instinct.

En raison de la très grande variété d'environnements professionnels dans lesquels il est susceptible d'intervenir, les champs d'action du Manager des stratégies marketing et communication présentent une forte hétérogénéité. Selon ses conditions d'emploi, il exerce tout ou partie des activités suivantes :

A- Le management de l'information et des études stratégiques

- A1- L'exercice d'une veille stratégique
- A2- Le management de la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs
- A3- La conduite et l'exploitation d'études marketing

B- Le management de la stratégie marketing et communication

- B1- Le diagnostic marketing de son entité cliente
- B2- L'élaboration de la stratégie marketing/communication

C- Le pilotage des plans marketing et communication

- C1- Le management d'équipes
- C2- Le management de projet

D- Le management de la stratégie digitale

E- La représentation de son entreprise et le management de réseau

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences attestées. Le (la) titulaire est capable de:

- Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques
- Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente
- Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication
- Manager la stratégie digitale de son entité cliente
- Représenter son entreprise et manager son réseau

Blocs de compétences

Bloc A : Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques

Compétence A1 : Exercer une veille stratégique

En définissant l'organisation et les modalités de collecte de l'information et en ciblant les sources pertinentes au regard des problématiques à traiter, exercer une veille stratégique sur le secteur d'activité de son entité cliente, afin d'identifier les tendances et évolutions de son environnement professionnel et d'en anticiper les effets.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- Une note de synthèse sur les évolutions et tendances d'un marché
- Etude de cas
- Travail individuel
- Production écrite

Compétence A2 : Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs

Au regard du caractère massif et instantané des informations accessibles du fait de la digitalisation des pratiques de consommation, manager une stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs, en déterminant les systèmes, outils, méthodes et canaux à utiliser, dans le respect de la réglementation en vigueur.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- La définition d'une stratégie de management des données clients/utilisateurs
- Etude de cas
- Travail individuel
- Production orale et écrite

Compétence A3 : Conduire et exploiter des études marketing

En définissant leur problématique, leur nature et leur cadre méthodologique, conduire et exploiter des études marketing, afin d'analyser les relations de son entité cliente avec son marché et d'en tirer des préconisations stratégiques.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- Une étude marketing et son analyse interprétative et prescriptive
- Etude de cas
- Travail collectif
- Production écrite

Bloc B : Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente

Compétence B1 : Etablir le diagnostic marketing de son entité cliente

En élaborant et mettant en oeuvre une démarche d'investigation associant les différentes parties prenantes de son entité cliente, établir son diagnostic marketing, en clarifiant – en accord avec sa direction générale – son positionnement et les éléments distinctifs de son identité.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- Le diagnostic marketing d'une entité cliente et la formalisation de sa plateforme de marque
- Etude de cas
- Travail individuel
- Production orale et écrite

Compétence B2 : Elaborer les stratégies marketing et communication de son entité cliente

En cohérence avec la politique et les projets de développement de son entité cliente et en s'appuyant sur son diagnostic marketing, élaborer sa stratégie marketing et communication, en définissant les objectifs poursuivis et en les traduisant dans un plan d'actions opérationnelles négocié et validé par la direction générale.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- La définition d'une stratégie marketing et communication omnicanal
- Etude de cas
- Travail individuel
- Production orale et écrite

Bloc C : Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication

Compétence C1 : Manager les équipes impliquées

En définissant et en mettant en oeuvre des méthodes adaptées à son environnement de travail et à la pluralité de profils de ses collaborateurs, manager les équipes impliquées dans la réalisation des plans marketing et communication, en favorisant l'intelligence collective et la créativité dans le respect du cadre imposé.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

1/ Les modalités de management d'une équipe de travail ou projet

- Etude de cas
- Travail individuel
- Production écrite

2/ La conduite d'un entretien individuel ou l'animation d'une réunion de travail

- Mise en situation

- Travail collectif
- Production orale

Compétence C2 : Manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication

En définissant les méthodes et modalités de pilotage de son portefeuille de projets, manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication, en évaluant l'efficacité et les résultats des actions entreprises et en capitalisant les meilleures pratiques identifiées.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

1/ Les modalités de pilotage d'un projet marketing et/ou communication comprenant :

- Etude de cas
- Travail individuel
- Production écrite

2/ La sélection de prestataires

- Etude de cas
- Travail individuel
- Production écrite

Bloc D : Manager la stratégie digitale de son entité cliente

Compétence D : Manager la stratégie digitale de son entité cliente

En l'intégrant de façon cohérente, coordonnée et complémentaire avec le plan de développement global de son entité, manager sa stratégie digitale, en définissant ses modalités de présence, de visibilité et d'interaction en ligne avec sa communauté de clients/utilisateurs et en supervisant l'efficacité des actions mises en oeuvre.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

- La définition d'une stratégie digitale
- Etude de cas
- Travail individuel
- Production orale et écrite

Bloc E : Représenter son entreprise et manager son réseau

Compétence E : Représenter son entreprise et manager son réseau

En adoptant une posture, un langage et un mode de communication adaptés à la situation et conforme à ses valeurs et son positionnement, représenter son entreprise en interne et en externe, afin – notamment – de développer un réseau de relations stratégique porteur d'opportunités pour sa marque.

Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation

1/ La conduite d'une réunion publique

- Mise en situation
- Travail individuel
- Production orale

2/ La constitution d'un réseau professionnel sur une plateforme dédiée

- Mise en situation
- Travail individuel
- Production écrite

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Chez les annonceurs : PME-PMI, groupes internationaux, collectivités territoriales, associations...

En agence de communication

En indépendant, en tant que consultant

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef(fe) de projets communication/marketing/événementiel/digital/reactions presse - Consultant(e)
 communication/marketing/digital - Directeur(trice) communication/marketing - Responsable
 communication/marketing/événementiel/digital - Consultant(e) SEM (SMO/SEA/SEO) - Digital brand manager
 (Responsable de la marque en ligne) - Traffic manager - Social media manager

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Pour pouvoir exercer de façon statutaire au sein d'une collectivité territoriale, la présentation et la réussite du concours d'attaché territorial sont impératives.

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, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	6 885 €
Selon la branche	5 348 € – 7 145 €
Prise en charge	Branches concernées
6 885 €	Valeur par défaut · 169 branches
7 145 €	CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEF de la Publicité, CPNEFP Mutualité, CPNEFP Transformation Laitière

6 515 €	CPNE Banque, CPNE Branche Caoutchouc, CPNE Travail Temporaire, CPNE chimie, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 300 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la métallurgie
6 926 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
6 631 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
5 348 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
7 092 €	CPNEFP Import-Export
7 078 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
6 981 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 809 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
6 678 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
6 656 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
6 610 €	CNPE des sociétés financières
6 603 €	CPNEFP Professions de la Photographie
6 579 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 566 €	CPNEFP Commerce à distance
6 030 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
5 850 €	CPNEFP Carrières et matériaux

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 18/12/2023

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38504

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.mediaschool.eu>

ECS

Mediaschool Executive Education

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31916/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	29
Parcours menés à terme	27
Taux d'achèvement	93 %

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	39
Montant total engagé	138 470 €
Coût moyen par dossier	3 551 €
Durée moyenne	237 h
Période	07/2020 – 11/2023
France compétences	59 %
Entreprise	20 %
Reste à charge titulaire	13 %
France Travail	8 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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