

Manager Marketing et Communication (MS)

RNCP31997 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310p
Formacode(s)	34052, 46301
Code(s) ROME	M1703, M1704, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/12/2023

Certificateur(s)

TOULOUSE BUSINESS SCHOOL - TBS · SIRET : 81751739400018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

- Elaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing et de développement de son produit, sa gamme ou sa marque
- Elaboration de la stratégie de communication (corporate, produit, marque, communication digitale)
- Management de projets et d'équipes, avec une dimension internationale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Mettre en place un processus de veille et réaliser la veille
- Réaliser un diagnostic marketing stratégique
- Proposer le plan marketing, élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing de développement
- Monter et proposer des business plans de développement de ses marques ou produits
- Définir les indicateurs de suivi et de performance (image, notoriété, engagement des clients, satisfaction, fidélité, croissance, rentabilité...) (KPI'S) et les exploiter pour faciliter la prise de décision.
- Rester en veille sur l'image et la communication de l'entreprise et des concurrents sur les différents vecteurs de communication pour garantir l'image de l'entreprise sur le net, les réseaux...
- Concevoir et mettre en œuvre la politique de communication de son produit, gamme, marque en garantissant l'image de l'entreprise, de la marque et de ses produits, tant en interne qu'en externe
- Maîtriser la communication réglementaire ((CNIL, net-étiquette.....)
- Définir les indicateurs de suivi du plan de communication (suivi du plan média, retour sur évènements, actions promotionnelles, suivi de la relation client sur le web...) et analyser les résultats des actions de communication et leur impact et proposer des axes d'évolution
- Manager des projets et des équipes
- Mobiliser les acteurs impliqués sur le projet pour prendre une décision
- Animer des équipes internationales, à distance
- Elaborer les indicateurs de pilotage le projet et communiquer (objectifs, délais, avancement, ressources, réajustement ...
- Appréhender les impacts de la transformation technologique et digitale sur les organisations, et faire des propositions adaptées

- Intégrer la dimension RSE, éthique et déontologique dans la stratégie marketing et la politique de communication

Blocs de compétences

RNCP31997BC01 — élaboration de la stratégie de communication (corporate, produit, marque, communication digitale)

LISTE DE COMPÉTENCES

Modalités d'évaluation et de certification

- Le Projet Transversal

SM²Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 2.

- Cas de synthèse et examen final
- SPECULATIVE d'agence : Réalisée en groupe de 6 et menée sur 1 mois. Production d'une campagne de communication, suite à un brief de communication avec un professionnel, dans un budget encadré, donnant lieu à un rapport écrit et une soutenance évalués par des professionnels
- Projet Transversal

SM²Lab

- SM²Team Project en 2 groupes projet
- Mission professionnelle en entreprise permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle

RNCP31997BC02 — management de projets et des équipes avec une dimension internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

Modalités d'évaluation et de certification

- Le Projet Transversal

SM²Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 3

- Projet Transversal

SM²Lab

- Cas de synthèse et examen final
- Ds les projets menés en équipes, évaluation par le tuteur et en auto évaluation sur le fonctionnement de l'équipe
- Mission professionnelle en entreprise permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle

RNCP31997BC03 — élaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing et de développement de son produit, sa gamme ou sa marque

LISTE DE COMPÉTENCES

Modalités d'évaluation et de certification

- Le Projet Transversal

SM²Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 1.

- Rédaction d'une synthèse de veille sous forme de Fiches de lecture
- Cas de synthèse et examen final
- Projet Transversal

SM²Lab

- Electif (Projet Transversal) : travail de recherche et d'approfondissement production d'un brief écrit, suivi d'une présentation orale
- Mission professionnelle en entreprise permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager Marketing et communication exerce son activité dans quasiment tous les secteurs d'activité. Certains environnements sectoriels figurent parmi les bastions de la fonction, principaux recruteurs de cadres au sein des entreprises industrielles, commerciales ou des sociétés de service : grande consommation, nouvelles technologies, télécoms, grande distribution, e-commerce, VPC, banque et assurance, énergie, BTP...

En PME, il dirige directement toute la fonction marketing et communication.

Par contre, le métier est peu identifié dans les administrations et services publics, les secteurs classiques du transport et les secteurs culturels.

Enfin, les cabinets conseil emploient des professionnels du marketing et de la communication, l'activité peut également s'exercer au sein d'agences / cabinets de conseil en marketing / communication / publicité, notamment à des postes de consultants ; ou en indépendant, en contact avec différents intervenants (chargés d'étude, chef de produit, directeur marketing, annonceurs...)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chef de produit (stratégique/opérationnel)
- Responsable Marketing et / ou Communication
- Responsable de marque
- Analyste marketing
- Responsable stratégie et communication digitale

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

aucune

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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés,

2 personnes représentant

TBS

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés,

2 personnes représentant

TBS

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	8 668 €
Selon la branche	7 000 € – 10 007 €
Prise en charge	Branches concernées
8 668 €	Valeur par défaut · 193 branches
10 007 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEF des organismes de tourisme
8 480 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
9 932 €	CPNEF de la Publicité
9 263 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
9 031 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
9 000 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
8 000 €	CPNE chimie
7 600 €	CPNE Banque
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	21/12/2023
--	------------

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38133

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.tbs-education.fr

site internet

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31997/>