

Manager de la communication

RNCP32000 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320m
Formacode(s)	46301
Code(s) ROME	M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/12/2022

Certificateur(s)

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

13 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 13 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION	33037752400047	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS D'ENSEIGNEMENT SUPERIEURE PRIVE DE BREST	81398319400016	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700015	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700023	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700056	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700114	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700122	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700148	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700155	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700189	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 13 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp32000-manager-de-la-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Présentation du (des) métier(s)

A la fois stratège et manager, le Manager de la communication globale élabore, pilote et évalue la stratégie globale de communication de l'organisation ainsi que sa stratégie de marque, en lien étroit avec la direction générale.

A ce titre, il conseille la direction générale dans sa stratégie de communication globale afin de faciliter l'adhésion de l'ensemble des parties prenantes au projet de l'organisation. Il implique l'ensemble des collaborateurs dans la mise en œuvre de la stratégie de marque.

Le Manager de la communication globale :

- définit et met en œuvre la stratégie de communication en interne comme en externe en cohésion avec la stratégie globale de l'entreprise. A la tête d'une équipe qu'il coordonne et anime, il est le garant de l'image de la société, de son identité et des valeurs qu'elle véhicule.
- assure un rôle de conseil aux unités, départements, filiales ou administrations dans la conduite d'actions de communication déclinées à partir de la stratégie globale de communication.
- est chargé des relations avec les différentes parties prenantes de l'entreprise et gère notamment les opérations de relations publiques, les grands événements internes et externes.

Le Manager de la communication globale exerce sa fonction dans des organisations de type :

- en entreprise / institution (souvent appelée « annonceur »), au sein d'une direction ou d'un service de communication
- chez un prestataire (agence conseil en communication).

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

Le Manager de la communication globale exerce principalement les activités suivantes :

1. Conçoit la stratégie de communication globale de l'entreprise, cohérente au niveau des valeurs et des messages diffusés, en France et/ou à l'international en lien avec la stratégie générale de l'entreprise
2. Déploie et pilote la stratégie de communication globale de l'entreprise en France et/ou à l'international en vue d'atteindre les objectifs stratégiques visés par la Direction et dans le cadre du respect des enveloppes budgétaires et des contraintes réglementaires
3. Définit et met en œuvre une stratégie de communication digitale, intégrée à la stratégie marketing, adaptée aux nouveaux comportements et usages des clients et à l'évolution du marché afin de permettre à l'entreprise d'être présente tout au long du parcours d'achat, de mieux convertir et ainsi accroître le volume d'affaires et renforcer l'image de marque de l'entreprise
4. Manage et encadre les équipes de communication (et marketing selon la taille de l'entreprise) afin de stimuler l'engagement individuel et collectif, et assurer l'atteinte des objectifs de la direction/ du département/du service
5. Détermine, structure et met en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise afin de peser sur l'opinion publique, de générer l'adhésion et/ou la mobilisation
6. Développe et anime un réseau de partenaires et de prestataires en veillant à respecter et sauvegarder les intérêts de chacun des acteurs afin de soigner le capital-confiance de l'entreprise auprès de ses différents interlocuteurs, et performer en réseau

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire de la certification est capable de :

1. Concevoir la stratégie de communication globale de l'entreprise
 - Analyser le contexte et identifier les tendances majeures de l'environnement de l'organisation déterminant les axes stratégiques de la communication globale
 - Elaborer un bilan diagnostic complet du capital marque et des valeurs identitaires de l'organisation permettant d'articuler une stratégie de communication globale adaptée et cohérente
 - Réaliser une cartographie détaillée de l'environnement médias et hors-médias définissant un positionnement marketing et communication novateur et différenciateur
 - Elaborer le plan de communication médias et hors médias en justifiant et motivant les arbitrages effectués

2. Déployer et piloter la stratégie de communication globale de l'entreprise

- Construire le plan de communication globale sous ses différents aspects en planifiant sa mise en œuvre à l'aide des outils et des moyens appropriés
- Piloter la diffusion du plan de communication stratégique en interne et en externe à l'aide des outils et plateformes appropriées à chaque cible nationale ou internationale
- Décliner la charte graphique et la stratégie de marque dans l'élaboration des différents supports de communication associés
- Contrôler et évaluer en continu les retombées des campagnes de communication à l'aide de tableaux de bords intégrant les indicateurs synthétiques d'acquisition, de rentabilité et d'impact

3. Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale

- Elaborer une stratégie digitale cohérente à partir d'une analyse de l'expérience client souhaitée et des objectifs stratégiques de la marque
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie social média en appliquant avec maîtrise les outils, techniques et contenus adaptés à chaque cible et à chaque support
- Identifier et saisir les opportunités d'innovation et de synergies tout au long du parcours client en mobilisant les différents supports de communication
- Définir la performance des actions digitales et évaluer les taux de retours sur investissement de manière à ajuster, corriger et optimiser la stratégie en place

4. Manager et encadrer les équipes de communication (et marketing selon la taille de l'entreprise)

- Structurer et organiser le service communication, le coordonner et l'animer en assurant un relais managérial constant tant au niveau collectif qu'individuel
- Planifier et contrôler le travail des différents acteurs et relais en mode projets à l'aide des outils et des techniques appropriés
- Recruter et accompagner les collaborateurs dans la conduite du changement à l'aide de d'outils efficaces et de méthodes de management bienveillantes
- Recueillir et analyser les besoins en formation permettant d'élaborer une proposition de plan de formation étayée et budgétée.

5. Déterminer, structurer et mettre en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise

- Définir et élaborer les contours d'une stratégie d'influence efficace à partir d'une cartographie formelle et dynamique des « stakeholders » accompagnée d'un plan d'action
- Formuler des préconisations managériales en termes de réputation et de risques permettant d'élaborer une stratégie de gestion préventive des crises
- Structurer et organiser les relations presse en utiliser les outils de gestion des relations adéquats
- Développer une stratégie de relations Publics et rédiger les messages en cohérence avec les objectifs et les valeurs de l'organisation

6. Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires

- Concevoir une charte des engagements sociétaux de l'organisation et garantir son application tant en interne qu'en externe
- Définir et mettre en œuvre un plan de développement et de fidélisation des relations avec les partenaires en vue de garantir les intérêts communs
- Concevoir un brief permettant une sélection des prestataires. Etablir un cahier des charges avec les prestataires sélectionnés
- Suivre et coordonner les prestataires retenus (les risques liés à leur environnement...) à travers la mise en place de méthodes et d'outils de management efficaces

Blocs de compétences

RNCP32000BC01 — Concevoir la stratégie de communication globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

1. Analyser le contexte et identifier les tendances majeures de l'environnement de l'organisation
2. Elaborer un bilan diagnostic complet du capital marque et des valeurs identitaires permettant d'articuler une stratégie de communication globale
3. Réaliser une cartographie détaillée de l'environnement médias et hors média
4. Elaborer le plan de communication médias et hors médias

Modalités d'évaluation

- cas pratique
- rapport individuel

RNCP32000BC02 — Manager et encadrer les équipes de communication (et de marketing selon la taille de l'entreprise)

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

13. Structurer et organiser le service communication, le coordonner et l'animer
14. Planifier et contrôler le travail des différents acteurs et relais en mode projets
15. Recruter et accompagner les collaborateurs dans la conduite du changement
16. Recueillir et analyser les besoins en formation permettant d'élaborer une proposition de plan de formation étayée et budgétée

Modalités d'évaluation

- cas pratique
- rapport individuel

RNCP32000BC03 — Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

9. Elaborer une stratégie digitale cohérente à partir d'une analyse de l'expérience client souhaitée et des objectifs stratégiques de la marque
10. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie social média en appliquant avec maîtrise les outils, techniques et contenus adaptés
11. Identifier et saisir les opportunités d'innovation et de synergies tout au long du parcours client en mobilisant les différents supports de communication
12. Définir la performance des actions digitales et évaluer les taux de retours sur investissement de manière à ajuster, corriger et optimiser la stratégie en place

Modalités d'évaluation

- dossier pratique
- rapport individuel

RNCP32000BC04 — Déployer et piloter la stratégie de communication globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

5. Construire le plan de communication globale en planifiant sa mise en oeuvre
6. Piloter la diffusion du plan de communication stratégique en interne et en externe
7. Décliner la charte graphique et la stratégie de marque dans l'élaboration des différents supports de communication associés
8. Contrôler et évaluer en continu les retombées des campagnes de communication à l'aide de tableaux de bords intégrant les indicateurs synthétiques d'acquisition, de rentabilité et d'impact

Modalités d'évaluation

- dossier pratique
- rapport individuel

RNCP32000BC05 — Déterminer, structurer et mettre en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

17. Définir et élaborer les contours d'une stratégie d'influence efficace à partir d'une cartographie des « stakeholders » accompagnée d'un plan d'action
18. Formuler des préconisations managériales en termes de réputation et de risques permettant d'élaborer une stratégie de gestion préventive des crises
19. Structurer et organiser les relations presse en utilisant les outils de gestion des relations adéquats
20. Développer une stratégie de relations Publics et rédiger les messages en cohérence avec les objectifs et les valeurs de l'organisation

Modalités d'évaluation

- dossier pratique
- rapport individuel

RNCP32000BC06 — Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires

LISTE DE COMPÉTENCES

Capacités attestées

21. Concevoir une charte des engagements sociétaux de l'organisation et garantir son application tant en interne qu'en externe
22. Définir et mettre en œuvre un plan de développement et de fidélisation des relations avec les partenaires
23. Concevoir un brief permettant une sélection des prestataires. Etablir un cahier des charges avec les prestataires sélectionnés
24. Suivre et coordonner les prestataires à travers la mise en place de méthodes et d'outils de management efficaces

Modalités d'évaluation

- cas pratique
- rapport individuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs d'activités

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Au sein d'une Direction Communication

- Social media manager / Responsable des activités internet
- Directeur de la communication
- Journaliste d'entreprise
- Responsable communication on line / Chargé de communication intranet
- Responsable de la communication événementielle
- Responsable de la communication externe et des relations publiques
- Responsable / Chargé de la communication interne ou externe
- Responsable des relations presse

Au sein des Agences - Conseils en Communication

- Chef de publicité
- Consultant en communication
- Directeur de clientèle
- Média planneur / Chargé d'études média
- Planneur stratégique
- Traffic manager

Le Manager de la communication globale peut également être consultant dans le domaine de la communication d'entreprise (création d'une identité et de ses valeurs, stratégie de communication, relations presse...).

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'activité du Manager de la communication globale n'est pas réglementée en tant que telle, en revanche, il doit être en mesure d'appliquer une réglementation précise dans le domaine de la Communication et notamment la législation (cadres réglementaires) suivante :

- Aspects juridiques et pratiques de la Loi Sapin suite à la publication du décret du 9 février 2017 relatifs aux prestations de publicité digitale,
- Evolutions légales et jurisprudentielles relatives à la loi Evin
- Suite à l'obligation légale de désigner un médiateur de la consommation et d'en informer ses clients sur tous supports adaptés (éditeurs de contenu et de services en ligne) depuis le 1er janvier 2016
- Secteur publicitaire : protection de la publicité et réglementation de la publicité
- Droits à l'image
- Propriété intellectuelle (droit d'auteur, marque)
- Pratiques commerciales
- Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) à compter du 25 mai 2018....

Au niveau international

- la convention de Berne sur le droit d'auteur
- la convention de l'Union internationale des télécommunications...
- le code des pratiques légales de la Chambre de Commerce Internationale

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

Président du Jury, 1 chef / dirigeant d'entreprise ou DRH, 2 directeurs / managers de la communication, 2 représentants de l'AIPF

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury VAE : Président du Jury National (représentant AIPF)

– 2 représentants de syndicats

salariés et patronaux – 2

professionnels du métier visé par la certification

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	7 920 €
Selon la branche	6 500 € – 7 970 €
Prise en charge	Branches concernées
7 920 €	Valeur par défaut · 175 branches
7 970 €	CPNE Menuiseries Charpentes et portes planes, 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, CPNEFP Import-Export
7 000 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux
7 889 €	CNPEFP des sociétés d'assistance, CPNFPE des sociétés d'assurances
7 880 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEF de la Publicité
7 870 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 455 €	CPNE Banque, CPNEFP Professions de la Photographie
7 408 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 900 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
7 876 €	CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
7 848 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 842 €	CPNEFP Commerce à distance
7 815 €	CPNE Branche Caoutchouc
7 675 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 628 €	CPNE chimie
7 620 €	CPNE de la branche de la librairie
7 595 €	CPNE Travail Temporaire

7 544 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
6 700 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 21/12/2022

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP37156

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
SUP DE COM :
SUP DE COM BREST :

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32000/>