

Manager communication d'entreprise

RNCP34199 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320m
Formacode(s)	46301, 32154
Code(s) ROME	E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	10/09/2019
Date d'échéance	10/09/2022

Certificateur(s)

NEOMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 83429535400015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

En adéquation avec la stratégie générale de l'entreprise, le manager communication d'entreprise définit et propose la stratégie de communication à suivre pour promouvoir l'image de l'entreprise et ses différentes composantes, dans le respect de l'enveloppe budgétaire définie. L'objectif poursuivi par le manager communication d'entreprise consiste à faire connaître les valeurs, les marques, les produits et services de l'entreprise auprès de la clientèle cible. Il pilote la communication globale de l'entreprise pour valoriser l'image et les performances de l'entreprise et fédérer les collaborateurs de l'entreprise autour d'objectifs communs, clairs et mobilisateurs en :

- établissant le plan de communication (interne / externe),
- gérant un portefeuille de projets,
- utilisant l'ensemble des moyens de communication (multicanal, supports...) à disposition de manière optimale,
- mesurant les performances des actions de communication,
- gérant une équipe et en accompagnant le changement.

Il est garant de l'image de l'entreprise, de ses produits et services ainsi que des valeurs qu'elle véhicule et mobilise le dispositif de communication de crise si nécessaire.

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager communication d'entreprise est chargé de :

1. Définir la stratégie de communication de l'entreprise,
2. Piloter et mettre en place la communication globale de l'entreprise,
3. Piloter un projet en capitalisant sur les techniques et/ou outils de gestion de projet,
4. Optimiser une stratégie de communication d'une organisation en utilisant des leviers appropriés,
5. Gérer des hommes et conduire le changement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- C1. Réaliser un diagnostic stratégique de l'organisation en analysant son environnement (interne/externe) et en évaluant le degré de maturité de l'organisation sur ses canaux de communication, ses outils et méthodes de communication, son image et ses valeurs promues, sa capacité à identifier les besoins et attentes des clients et/ou prospects, afin de soutenir la stratégie globale de l'organisation.
- C2. Élaborer la stratégie de communication d'une organisation sur la base du diagnostic stratégique préalablement réalisé, incluant l'identification des cibles, les objectifs stratégiques de communication et les axes de développement associés, les messages, les canaux de communication, afin de soutenir la stratégie globale de l'organisation.

- C3. Déterminer un budget prévisionnel global alloué à la communication de l'organisation en s'appuyant sur une évaluation des ressources humaines, matérielles et financières nécessaires au déploiement opérationnel de la stratégie de manière à garantir sa mise en œuvre.
- C4. Défendre la stratégie de communication de l'organisation incluant les axes stratégiques de communication, le budget et les ressources nécessaires, en s'appuyant sur les objectifs globaux et les résultats escomptés, afin de convaincre la direction de l'organisation.
- C5. Déterminer des leviers de communication appropriés à l'organisation en s'appuyant sur son positionnement concurrentiel, les objectifs et spécificités des cibles afin d'élaborer des plans de communication.
- C6. Élaborer un et/ou plusieurs plans de communication en planifiant et cadencant les différentes actions et livrables attendus, en déterminant les objectifs opérationnels et indicateurs de performance associés, en incluant les leviers de communication préalablement déterminés, en allouant les ressources (humaines, matérielles et financières), de manière à soutenir la stratégie de communication globale de l'organisation.
- C7. Créer et piloter le déploiement de campagnes de communication médias, hors-médias et digitales en adaptant celles-ci aux spécificités des canaux de communication, des cibles et relais identifiées, de manière à garantir l'atteinte des objectifs visés par les plans d'actions opérationnels.
- C8. Créer et/ou co-crée avec des prestataires internes/externes du contenu rédactionnel, visuel et vidéos en utilisant des techniques et outils de design visuel, dans le respect des contraintes de l'organisation, afin de susciter l'attention, l'intérêt et l'engagement des cibles.
- C9. Planifier les étapes du projet, les missions et livrables attendus dans le respect du cahier des charges et du budget alloué de manière à répondre aux objectifs fixés par le client interne et/ou externe.
- C10. Créer et piloter l'équipe projet en fixant les objectifs collectifs et individuels, ainsi qu'en animant des réunions de suivi, à partir de techniques de gestion de projet, afin de contrôler l'avancement du projet par rapport au planning préalablement défini.
- C11. Évaluer les résultats d'un projet à l'aide d'indicateurs préalablement définis et au regard du cahier des charges, afin de présenter au commanditaire un rapport de clôture du projet.
- C12. Présenter un rapport de clôture de projet à un commanditaire en s'appuyant sur une analyse des résultats de manière à expliciter et valoriser l'atteinte ou la non-atteinte des objectifs.
- C13. Évaluer les performances de la stratégie de communication d'une organisation en étudiant les résultats des différentes actions de communication (médias, hors médias et digitaux) à l'aide d'outils et méthodes spécifiques aux canaux de communication de manière à proposer des préconisations d'amélioration de la stratégie et des objectifs associés.
- C14. Concevoir et déployer une veille des technologies, des comportements des cibles et des concurrents en matière de communication, en sélectionnant un mode de collecte, de traitement, d'analyse et de diffusion des données, afin d'identifier des risques et opportunités de développement pour l'organisation.
- C15. Gérer une situation de crise en matière de communication pour une organisation, à partir d'un diagnostic de la situation et d'une analyse des sources, afin de créer un plan de communication permettant de protéger la réputation de l'organisation.
- C16. Impliquer les collaborateurs en étant acteur et vecteur de la culture d'entreprise par le partage de la vision, des missions et valeurs de l'organisation, de manière à soutenir les objectifs globaux de l'organisation et contribuer à la motivation et la synergie entre les collaborateurs.
- C17. Organiser le fonctionnement d'une équipe au quotidien en définissant les indicateurs de performance individuels et collectifs, communiquant les objectifs clairement aux collaborateurs, planifiant et déléguant les tâches et missions des collaborateurs de l'équipe, allouant les moyens financiers et matériels nécessaires à la réalisation des tâches et missions, de manière à soutenir les objectifs stratégiques de l'organisation.
- C18. Mener une analyse réflexive de sa pratique professionnelle en tant que manager en identifiant son type de management, ses leviers personnels de motivation et ses modes de communication afin de déployer un plan d'action permettant l'amélioration de ses qualités relationnelles / interpersonnelles.
- C19. Accompagner la transformation de l'organisation en proposant un plan d'action adapté comprenant des actions de formations, de recrutement, et de communication afin de faciliter l'appropriation individuelle et collective du changement, tout en veillant au maintien de la qualité de vie au travail et d'un climat social favorable.

Blocs de compétences

RNCP34199BC01 — Définir la stratégie de communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Réaliser un diagnostic stratégique de l'organisation en analysant son environnement (interne/externe) et en évaluant le degré de maturité de l'organisation sur ses canaux de communication, ses outils et méthodes de communication, son image et ses valeurs promues, sa capacité à identifier les besoins et attentes des clients et/ou prospects, afin de soutenir la stratégie globale de l'organisation.
- C2. Elaborer la stratégie de communication d'une organisation sur la base du diagnostic stratégique préalablement réalisé, incluant l'identification des cibles, les objectifs stratégiques de communication et les axes de développement associés, les messages, les canaux de communication, afin de soutenir la stratégie globale de l'organisation.
- C3. Déterminer un budget prévisionnel global alloué à la communication de l'organisation en s'appuyant sur une évaluation des ressources humaines, matérielles et financières nécessaires au déploiement opérationnel de la stratégie de manière à garantir sa mise en œuvre.
- C4. Défendre la stratégie de communication de l'organisation incluant les axes stratégiques de communication, le budget et les ressources nécessaires, en s'appuyant sur les objectifs globaux et les résultats escomptés, afin de convaincre la direction de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de consulting

RNCP34199BC02 — Piloter et déployer la communication globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- C5. Déterminer des leviers de communication appropriés à l'organisation en s'appuyant sur son positionnement concurrentiel, les objectifs et spécificités des cibles afin d'élaborer des plans de communication.
- C6. Elaborer un et/ou plusieurs plans de communication en planifiant et cadencant les différentes actions et livrables attendus, déterminant les objectifs opérationnels et indicateurs de performance associés, incluant les leviers de communication préalablement déterminés, allouant les ressources (humaines, matérielles et financières), de manière à soutenir la stratégie de communication globale de l'organisation.
- C7. Créer et piloter le déploiement de campagnes de communication médias, hors-médias et digitales en adaptant celles-ci aux spécificités des canaux de communication, des cibles et relais identifiées, de manière à garantir l'atteinte des objectifs visés par les plans d'actions opérationnels.
- C8. Créer et/ou co-crée avec des prestataires internes/externes du contenu rédactionnel, visuel et vidéos en utilisant des techniques et outils de design visuel, dans le respect des contraintes de l'organisation, afin de susciter l'attention, l'intérêt et l'engagement des cibles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas n°1

Projet de consulting

Mise en situation professionnelle n°1

Mise en situation professionnelle n°2

RNCP34199BC03 — Piloter un projet en capitalisant sur les techniques et/ou outils de gestion de projet

LISTE DE COMPÉTENCES

- C9. Planifier les étapes du projet, les missions et livrables attendus dans le respect du cahier des charges et du budget alloué de manière à répondre aux objectifs fixés par le client interne et/ou externe.
- C10. Créer et piloter l'équipe projet en fixant les objectifs collectifs et individuels, ainsi qu'en animant des réunions de suivi, à partir de techniques de gestion de projet, afin de contrôler l'avancement du projet par rapport au planning préalablement défini.
- C11. Evaluer les résultats d'un projet à l'aide d'indicateurs préalablement définis et au regard du cahier des charges, afin de présenter au commanditaire un rapport de clôture du projet.
- C12. Présenter un rapport de clôture de projet à un commanditaire en s'appuyant sur une analyse des résultats de manière à expliciter et valoriser l'atteinte ou la non-atteinte des objectifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle n°2

RNCP34199BC04 — Optimiser une stratégie de communication d'une organisation en utilisant des leviers appropriés

LISTE DE COMPÉTENCES

- C13. Evaluer les performances de la stratégie de communication d'une organisation en étudiant les résultats des différentes actions de communication (médias, hors médias et digitaux) à l'aide d'outils et méthodes spécifiques aux canaux de communication de manière à proposer des préconisations d'amélioration de la stratégie et des objectifs associés.
- C14. Concevoir et déployer une veille des technologies, des comportements des cibles et des concurrents en matière de communication, en sélectionnant un mode de collecte, de traitement, d'analyse et de diffusion des données, afin d'identifier des risques et opportunités de développement pour l'organisation.
- C15. Gérer une situation de crise en matière de communication pour une organisation, à partir d'un diagnostic de la situation et d'une analyse des sources, afin de créer un plan de communication permettant de protéger la réputation de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas n°2

Etude de cas n°3

Etude de cas n°4

RNCP34199BC05 — Gérer des hommes et conduire le changement

LISTE DE COMPÉTENCES

- C16. Impliquer les collaborateurs en étant acteur et vecteur de la culture d'entreprise par le partage de la vision, des missions et valeurs de l'organisation, de manière à soutenir les objectifs globaux de l'organisation et contribuer à la motivation et la synergie entre les collaborateurs.
- C17. Organiser le fonctionnement d'une équipe au quotidien en Définissant les indicateurs de performance individuels et collectifs, communiquant les objectifs clairement aux collaborateurs, planifiant et déléguant les tâches et missions des collaborateurs de l'équipe, allouant les moyens financiers et matériels nécessaires à la réalisation des tâches et missions, de manière à soutenir les objectifs stratégiques de l'organisation.
- C18. Mener une analyse réflexive de sa pratique professionnelle en tant que manager en identifiant son type de management, ses leviers personnels de motivation et ses modes de communication afin de déployer un plan d'action permettant l'amélioration de ses qualités relationnelles / interpersonnelles.
- C19. Accompagner la transformation de l'organisation en proposant un plan d'action adapté comprenant des actions de formations, de recrutement, et de communication afin de faciliter l'appropriation individuelle et collective du changement, tout en veillant au maintien de la qualité de vie au travail et d'un climat social favorable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas n°5

Etude de cas n°6

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'activité de cet emploi/métier s'exerce au sein :

- d'entreprises dans de nombreux secteurs d'activité qui souhaitent une communication d'entreprise forte et cohérente,
- d'agences spécialisées en communication, média et multimédia,
- de société de conseil,
- de collectivités, d'associations...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de communication,
- Chef de projet en communication,
- Responsable des relations presse,
- Responsable de communication interne,
- Chargé de communication digitale,
- Social Media Manager,

- Brand Content Manager

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Il n'existe aucune réglementation pour l'exercice de ces fonctions.

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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	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

Conformément aux exigences de la Conférence des Grandes Écoles, sont recevables les candidatures d'apprenants titulaires d'un des diplômes suivants :

- Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs,
- Diplôme d'une des écoles de management habilitées à délivrer le grade de Master,
- Diplôme de 3ème cycle ou diplôme équivalent à un diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (DEA, DESS, Master...) ou diplôme professionnel cohérent avec le niveau Bac+5,
- Diplôme de M1 ou équivalent (240 ECTS) pour des candidats justifiant d'au moins trois années d'expérience professionnelle,
- Titre inscrit au RNCP niveau 1,
- Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus.

La certification est également accessible par dérogation (pour 30 % maximum des effectifs) aux titulaires de :

- Niveau M1 validé ou équivalent (240 ECTS) sans expérience professionnelle,
- Diplôme de L3 (180 ECTS) justifiant d'une expérience adaptée de 3 ans minimum
- Aux candidatures qui, tout en ne répondant pas aux critères formels ci-dessus apparaîtraient exceptionnelles au vu du dossier de candidature et peuvent s'inscrire au titre de la VAP à hauteur de 10% de l'effectif

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

5 personnes : Président du jury, 2 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels (50% salarié – 50% employeur)

Base légale

Date de décision	10/09/2019
Durée de l'enregistrement	3 ans

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	33	0	97 %	87 %
2017	36	0	94 %	81 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP19223

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP37012

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34199/>