

Chargé de marketing et promotion

RNCP34581 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Formacode(s)	34052
Code(s) ROME	M1403, M1706, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/04/2020
Date d'échéance	24/04/2023

Certificateur(s)

FORMATIVES · SIRET : 44320061300026

Partenaires habilités

60 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 41 à former et organiser l'évaluation et 19 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
A3FA	90055425400012	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900039	Former
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former
ALTERNANCE AZUR	49301662000020	Former
ALTERNANCE BOURGOGNE	52757351300027	Former
ALTERNANCE CHAMPAGNE ARDENNE	80793611700025	Former
ALTERNANCE LANGUEDOC	53267444700026	Former
ALTERNANCE LIMOUSIN	84411737400018	Former
ALTERNANCE RHONE ALPES	48064586000069	Former
ALTERNANCE SUD AZUR	79463728000023	Former

Liste complète des 60 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34581-charge-de-marketing-et-promotion/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le chargé de marketing et promotion met en œuvre la politique marketing ou promotionnelle, à partir des axes stratégiques définis par la direction, jusqu'à la réalisation opérationnelle.

Son analyse de l'environnement lui permet de participer au développement de la notoriété, de la qualité de la relation client et à la rentabilité de l'organisation. Ses principales missions sont de :

- Maîtriser les procédures du service marketing : Analyser un marché, la concurrence, les attentes des clients, élaborer un plan marketing et des recommandations. Assurer la croissance de son organisation grâce à des

innovations.

- Concevoir et piloter des actions de marketing ou promotionnelles. Mesurer les performances de son service ou d'un produit qui lui est confié.
- Assurer la promotion et la diffusion en cohérence avec la stratégie définie, élaborer des campagnes, mettre en place le marketing relationnel, participer à des manifestations événementielles,
- Piloter un projet marketing ou promotionnel, gérer des ressources.

ACTIVITÉS VISÉES

Activité 1 : Contribution à la stratégie marketing / promotionnelle

- 1.1 Participation au processus de veille concurrentielle
- 1.2 Veille technique des outils digitaux et utilisation des outils numériques
- 1.3 Sensibilisation au Tracking et à la Cybersécurité
- 1.4 Réalisation d'études qualitatives et quantitatives
- 1.5 Analyse de la marque
- 1.6 Analyse de positionnement d'offres, de produits pour une clientèle cible
- 1.7 Analyse de l'environnement économique et détection d'opportunités de développement

Activité 2 : Conception de plans d'actions marketing et promotionnelles

- 2.1 Définition d'un plan marketing cross-canal
- 2.2 Proposition d'un plan d'actions promotionnelles
- 2.3 Coordination et mise en œuvre d'un projet et des ressources impliquées
- 2.4 Proposition d'un plan commercial et mise en place de partenariats
- 2.5 Présentation d'un budget prévisionnel
- 2.6 Mise en conformité d'un projet avec la législation

Activité 3 : Pilotage d'un plan d'actions marketing

- 3.1 Définition d'indicateurs et reporting des actions menées
- 3.2 Conception d'actions marketing opérationnel
- 3.3 Conception d'actions marketing relationnel
- 3.4 Mise en place d'opérations événementielles
- 3.5 Management d'une équipe
- 3.6 Évaluation et présentation d'un projet marketing

Activité 4 : Élaboration de contenus et choix de supports promotionnels

- 4.1 Élaboration de contenus pour les supports d'information et de communication
- 4.2 Propositions de recommandations visuelles
- 4.3 Amélioration de contenus sur internet
- 4.4 Réalisation du « search marketing », des displays et des affiliations
- 4.5 Négociation d'achat de prestations
- 4.6 Gestion de la notoriété et de l'e-réputation de l'organisation
- 4.7 Communications professionnelles en langue anglaise

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1 : Contribuer à la stratégie marketing et promotionnelle

Bloc 2 : Concevoir et piloter des actions marketing et promotionnelles

Bloc 3 : Élaborer des contenus et choisir des supports promotionnels

Blocs de compétences

RNCP34581BC01 — Contribuer à la stratégie marketing et promotionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer au processus de veille concurrentielle au sein du département marketing.

Réaliser une veille technique des outils digitaux et utilisation des outils numériques pour en déduire les perspectives d'évolution du métier et des nouvelles problématiques.

Sensibiliser ses clients au tracking et à la cyber sécurité.

Réaliser des études qualitatives et quantitatives dans le cadre d'un projet marketing.

Identifier les caractéristiques d'une marque, l'analyser afin d'apporter des réponses adaptées au client.

Analyser de positionnement d'offres et de produits pour une clientèle cible et proposer des actions pour développer le

portefeuille clients.

Analyser l'environnement économique de l'organisation et en déduire les opportunités de développement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 étude de cas (écrit individuel) : Gestion marques, brevets et propriété intellectuelle.

Dossier projet : Gestion base de données

4 synthèses (écrits individuels) : Veille concurrentielle, Veille technologique, Analyse de positionnement, Opportunités de développement

1 compte-rendu (écrit individuel) : Analyse du marché, de la concurrence, des attentes clientèle

1 recommandation (écrit individuel) : Stratégie marketing

Validation du bloc 1 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34581BC02 — Concevoir et piloter des actions marketing et promotionnelles

LISTE DE COMPÉTENCES

Sous le contrôle du responsable marketing, définir un plan marketing cross canal.

Pour répondre à une commande, proposer un plan d'actions promotionnelles dans le cadre d'une campagne marketing.

Coordonner et mettre en oeuvre un projet et les ressources impliquées.

Proposer un plan commercial et mettre en place des partenariats dans le cadre du sponsoring.

Présenter un budget prévisionnel qui devra être validé par la Direction et évaluer les retombées d'une campagne marketing.

En collaboration avec le service juridique, mettre en conformité un projet avec la législation.

Définir des indicateurs et proposer un tableau de bord pour le reporting des actions menées tout au long du projet / de la campagne.

Au sein de l'équipe marketing, concevoir des actions de marketing opérationnel, relationnel, événementiel.

Dans le cadre du déploiement d'un projet, manager une équipe de proximité.

Évaluer et présenter le bilan d'un projet marketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

4 comptes rendus de mission (écrits individuels) : Marketing relationnel, Marketing événementiel, Plan d'actions promotionnelles et publicitaires, Indicateurs de suivi d'une activité.

Dossier Projet (5 écrits individuels) : Brief et conditions de réussite, Budget prévisionnel, Marketing opérationnel, Qualité - RGPD - RSE, Évaluation du projet

2 Études de cas (écrits individuels) : Droit du marketing et droit commercial, Indicateurs d'un tableau de bord

3 recommandations (écrits individuels) : Plan marketing cross canal, Commercial et Sponsoring, Management d'équipe.

Validation du bloc 2 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34581BC03 — Élaborer des contenus et choisir des supports promotionnels

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer des contenus écrits pour les supports d'information et de communication sur les produits ou services.

Pour répondre à une demande client, proposer des recommandations visuelles, des améliorations de contenus sur internet.

Mobiliser les outils et techniques de requêtes pour améliorer le référencement d'un site.

Gérer des achats d'espaces publicitaires et des affiliations pour relayer son message publicitaire.

Négocier l'achat de prestations pour accroître la visibilité de l'organisation / d'une marque.

En collaboration avec le service communication, participer à la gestion de la notoriété et de l'e-réputation de l'organisation.

Dans le cadre de ses missions, communiquer en langue anglaise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 étude de cas (écrit individuel) : Stratégies de communication.

1 compte-rendu de mission (écrit individuel) : Brand content

1 recommandation (écrit individuel) : Notoriété et e-réputation

1 challenge (individuel) : Négociation de prestation

3 mises en situation individuelles : web design, Référencement et mécanismes publicitaires, Entretien en anglais.
Validation du bloc 3 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités économiques sont concernés par le marketing et la promotion, et plus particulièrement :

- Agro-alimentaire
- Distribution
- Énergie
- Finance
- Industrie
- Sociétés de services dont ESN
- Télécommunications
- Hôtellerie, Restauration, Événementiel

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Selon l'expérience et la taille de l'entreprise, les dénominations de poste sont :

- Chargé de marketing
- Chargé d'études / de mission marketing
- Chargé de scripting / des contenus marketing ou Digital Content coordinator
- Chef de projet en marketing / web marketing / marketing digital / e-CRM
- Chargé de partenariats
- Chargé de l'animation des réseaux
- Chargé de promotion téléphonique et multimédia / sur lieu de vente / de terrain
- Responsable de promotion
- Responsable marketing opérationnel / relationnel
- Responsable de magasin

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 133 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 380
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	4 %

Familles professionnelles (FAP)

L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques

L5X93 — Chargés d'études socio-économiques

R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)

R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour intégrer le dispositif de formation :

- Niveau 4 validé pour un cycle de formation de 3 ans
- Titre validé de niveau 5 avec réduction de parcours à 1 an de formation
- Niveau 4 avec trois années d'expériences liées au marketing, et avec accord du certificateur

Par voie de la VAE : au minimum 1 année d'expérience en marketing + validation du livret 1.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Qualité du président du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités en marketing ou gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives.

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en marketing ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en marketing
- 1 personne ayant des responsabilités de management

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Qualité du

président(e) du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités en marketing ou gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives.

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en marketing ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en marketing
- 1 personne ayant des responsabilités de management

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE, VAE

Qualité du

président du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités en marketing ou gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives.

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en marketing ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en marketing
- 1 personne ayant des responsabilités de management

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Qualité du président du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités en marketing ou gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives.

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en marketing ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en marketing
- 1 personne ayant des responsabilités de management

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	6 633 €
Selon la branche	6 000 € – 6 966 €
Prise en charge	Branches concernées
6 633 €	Valeur par défaut · 169 branches
6 966 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE de l'immobilier, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
6 750 €	CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 570 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
6 419 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE chimie
6 903 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 844 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
6 767 €	CPNEFP Import-Export
6 763 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
6 754 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
6 621 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 500 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
6 482 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 412 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 280 €	CPNE Travail Temporaire
6 003 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	24/04/2020
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/04/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	18	2	100 %	80 %
2017	17	1	100 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP28688

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34581/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	52
Parcours menés à terme	48
Taux d'achèvement	92 %
Période	02/2022 – 05/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	71
Montant total engagé	150 967 €
Coût moyen par dossier	2 126 €
Durée moyenne	199 h
Période	02/2021 – 04/2023
France compétences	88 %
Reste à charge titulaire	9 %
Entreprise	2 %
France Travail	1 %

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