

Chef de projet marketing et communication

RNCP34909 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321, 320, 312
Formacode(s)	34052, 46301
Code(s) ROME	E1402, E1104, M1704, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	14/09/2020
Date d'échéance	14/09/2022

Certificateur(s)

LEARNING MANAGEMENT DEVELOPPEMENT · SIRET : 49088549800082

MEDIASCHOOL PARIS - MEDIASCHOOL PARIS CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS · SIRET : 49032361500065

Partenaires habilités

27 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 27 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL BRUXELLES - ECS BRUXELLES	4542413970000 0	Former et organiser l'évaluation
EUROPEEN COMMUNICATION SCHOOL STRASBOURG	5180940320003 5	Former et organiser l'évaluation
GROUPE EAC - ING	3424361020006 1	Former et organiser l'évaluation
GROUPE ESP - ESD	—	Former et organiser l'évaluation
IECM - PARIS SCHOOL OF LUXURY	4903236150000 0	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT FORMATION CONSEIL	3792416310005 8	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT PROMOTION FORMATION	3280077860007 7	Former et organiser l'évaluation
IPF CONSEIL ET RESSOURCES	4186111250001 8	Former et organiser l'évaluation
LA Business School	—	Former et organiser l'évaluation
LEARNING MANAGEMENT DEVELOPMENT LIMITED (ECS Londres)	—	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 27 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34909-chef-de-projet-marketing-et-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La fonction marketing et communication répond à une nécessité pour tous les types d'organisations, que celles-ci aient des visées lucratives (les entreprises commerciales) ou non (associations, institutions, collectivités). Elle leur permet en effet de rendre sensibles et de clarifier leur identité et leur singularité et de positionner leur offre produit ou service vis-à-vis d'une cible clients/utilisateurs, contribuant de ce fait à l'atteinte d'objectifs essentiels :

- développer la notoriété de l'organisation auprès d'un public cible de clients/utilisateurs,
- entretenir son image de marque,
- fidéliser, conquérir de nouveaux segments de marché,
- assurer la croissance économique de l'organisation,
- fédérer les équipes internes de l'organisation en renforçant leur cohésion et leur sentiment d'appartenance autour de valeurs et d'objectifs communs.

Ainsi, toutes les organisations ont – en principe – un besoin impératif de s'engager dans une démarche marketing déclinée dans une stratégie de communication et internalisent cette compétence au sein d'un service dédié ou font appel à des prestataires spécialisés pour les accompagner dans cette entreprise.

La certification Chef de projet marketing et communication vise à fournir à ces différents acteurs (annonceurs ou agences spécialisées) des professionnels en capacité de contribuer à l'élaboration et à piloter de façon opérationnelle des actions favorisant la rencontre entre une offre produit/service et une cible de clients/utilisateurs, en utilisant les canaux de distribution et de communication adéquats, dans un contexte de transformation digitale.

Force est de constater que le profil le plus recherché aujourd'hui dans le secteur du marketing et de la communication par l'ensemble des acteurs (annonceurs et agences) est celui de chef(fe) de projet et que l'alternance est bel et bien considérée comme une expérience professionnelle par la quasi-totalité des employeurs, favorisant une insertion professionnelle rapide des jeunes diplômés.

Aussi, ce projet de certification répond à la fois à l'évolution des métiers mais aussi à celle des besoins des entreprises sur un marché en pleine mutation.

ACTIVITÉS VISÉES

Selon les structures au sein desquelles il intervient, le

Chef de projet marketing et communication exerce tout ou partie des domaines d'activités suivants :

- 1- Conduite d'études marketing et qualification des besoins de l'entité cliente.
 - Veille de tendances et conduite d'études marketing.
 - Identification, analyse et qualification des besoins de l'entité cliente.
- 2- Conception du plan marketing/communication omnicanal de l'entité cliente.
- 3- Pilotage de la mise en œuvre et évaluation des actions marketing/communication de l'entité cliente.
 - Organisation, supervision évaluation de la mise en œuvre des actions marketing/communication.
 - Conception et production des outils et supports marketing/communication.
 - Gestion de l'e-réputation et animation communautaire.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le/la titulaire est capable de :

- Conduire les études marketing et qualifier les besoins d'une entité cliente :
- Conduire une démarche de veille et d'études marketing, afin de repérer les facteurs d'évolution de l'environnement d'une entité cliente, d'identifier les spécificités de son marché et de sa cible clients/utilisateurs, en déterminant le périmètre des investigations et des études à mener et en sélectionnant les sources d'informations fiables et pertinentes.
- Qualifier les besoins d'une entité cliente, en tenant compte de son contexte, de ses valeurs, de sa politique générale, de ses objectifs et de ses contraintes, afin de proposer des orientations et solutions marketing et communication adaptées à ses besoins, en analysant la demande exprimée par un client interne ou externe et en s'appuyant sur le recueil de données complémentaires issues de la réalisation d'entretiens ou d'études.
- Concevoir le plan marketing/communication d'une entité cliente :
- Concevoir le plan marketing/communication d'une entité cliente, en déterminant les actions à mettre en œuvre au regard de ses objectifs, de la composition de son marché, de sa cible clients/utilisateurs et du positionnement de son offre produit/service, en établissant son calendrier de réalisation et en définissant les moyens à allouer, les professionnels à mobiliser, et en veillant à la cohérence de l'ensemble au regard de la problématique à résoudre et

des ressources et contraintes du projet.

- Piloter la mise en œuvre et évaluer les actions marketing/communication d'une entité cliente :
- Superviser la mise en œuvre des actions marketing et communication, en constituant les équipes et en organisant leurs modalités de travail, en coordonnant et en assurant le suivi des contributions des différents professionnels impliqués, afin d'assurer l'atteinte des objectifs visés et de produire l'évaluation et le bilan des actions réalisées.
- Concevoir des outils de commercialisation et de communication multiformats et multisupports et leur contenu, en s'appuyant sur une veille permettant l'identification des tendances et évolutions en matière de technologies, d'usages et de communication, en supervisant leur réalisation en concertation avec les différents professionnels concernés et en s'assurant de leur conformité avec le cahier des charges et les critères qualité définis avec le commanditaire.
- Gérer l'e-réputation et animer la communauté de clients/utilisateurs d'une entité cliente, en cohérence avec son positionnement et sa stratégie globale de communication, en mettant en œuvre les actions contribuant à la visibilité, l'audience et la fréquentation de ses supports en ligne, et en évaluant leur efficacité afin d'en identifier les possibilités d'optimisation.

Blocs de compétences

RNCP34909BC01 — Conduite d'études marketing et qualification des besoins d'une entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

1.1 Veille de tendances et conduite d'études marketing

En déterminant le périmètre des investigations et études à mener et en sélectionnant les sources d'informations fiables et pertinentes, conduire une démarche de veille et d'études marketing, afin de repérer les facteurs d'évolution de l'environnement de l'entité cliente et d'identifier les spécificités de son marché et de sa cible clients/utilisateurs.

1.2 Identification, analyse et qualification des besoins d'une entité cliente

En analysant la demande exprimée par un client interne ou externe et en s'appuyant sur le recueil de données complémentaires issues de la réalisation d'entretiens ou d'études, qualifier les besoins de l'entité cliente, en tenant compte de son contexte, de ses valeurs, de sa politique générale, de ses objectifs et de ses contraintes, afin de proposer des orientations et solutions marketing et communication adaptées à ses besoins.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (1.1) :

Une étude des tendances du secteur d'activité et du marché d'une entité cliente.

Conditions de l'évaluation (1.1) :

- Étude de cas,
- Travail individuel,
- Production écrite.

Production évaluée (1.2) :

L'expression formalisée du besoin de l'entité cliente, le repérage de plusieurs solutions et la préconisation argumentée d'une solution.

Conditions de l'évaluation (1.2) :

- Étude de cas,
- Travail individuel,
- Production écrite et orale.

2/ Pour les candidats issus de la VAE :

Production évaluée :

Dossier de preuves issues de l'expérience.

3/ Modalités de certification du Bloc 01

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°1.

RNCP34909BC02 — Conception du plan marketing/communication d'une entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

En déterminant les actions à mettre en œuvre au regard de ses objectifs, de la composition de son marché, de sa cible clients/utilisateurs et du positionnement de son offre produit/service, concevoir le plan marketing /communication de l'entité cliente, en établissant son calendrier de réalisation et en définissant les moyens à allouer, les

professionnels à mobiliser, et en veillant à la cohérence de l'ensemble au regard de la problématique à résoudre et des ressources et contraintes du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (2) : Un plan de marketing / communication, sous la forme d'une recommandation client, présentant :

- les objectifs visés,
- la cible client/utilisateur,
- le concept générateur du plan,
- les actions à conduire,
- le planning des actions et leurs modalités de suivi,
- le budget prévisionnel,
- les professionnels à mobiliser,
- les outils de pilotage et de mesure de la performance.

Conditions de l'évaluation (2) :

- Mise en situation professionnelle simulée fondée sur une étude de cas réel

• Travail collectif,

- Production

orale et

écrite.

2/ Pour les candidats issus de la VAE :

Production évaluée :

- Dossier de preuves issues de l'expérience.

3/ Modalités de certification du Bloc 02

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°2.

RNCP34909BC03 — Pilotage de la mise en œuvre et évaluation des actions marketing/communication d'une entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

3.1 Organisation, supervision et évaluation de la mise en œuvre des actions marketing et communication.

En constituant les équipes et en organisant leurs modalités de travail, superviser la mise en œuvre des actions marketing et communication, en coordonnant et en assurant le suivi des contributions des différents professionnels impliqués, afin d'assurer l'atteinte des objectifs visés et de produire l'évaluation et le bilan des actions réalisées.

3.2 Conception et production des outils et supports marketing/communication.

En s'appuyant sur une veille permettant l'identification des tendances et évolutions en matière de technologies, d'usages et de communication, concevoir des outils de commercialisation et de communication multi formats et multi supports et leur contenu, en supervisant leur réalisation en concertation avec les différents professionnels concernés et en s'assurant de leur conformité avec le cahier des charges et les critères qualité définis avec le commanditaire.

3.3 Gestion de l'e-réputation et animation communautaire

En cohérence avec son positionnement et sa stratégie globale de communication, gérer l'e-réputation et animer la communauté de clients/utilisateurs de son entité cliente, en mettant en œuvre les actions contribuant à la visibilité, l'audience et la fréquentation de ses supports en ligne, et en évaluant leur efficacité afin d'en identifier les possibilités d'optimisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (3.1) :

La conduite d'une action de marketing/communication, restituée par :

- son cahier des charges,
- son bilan d'activité sous la forme d'un rapport d'expérience.

Conditions de l'évaluation (3.1) :

- Mise en situation professionnelle,
- Travail individuel et/ou collectif ,

- Production orale et écrite.

Production évaluée (3.2) :

- Des supports et outils de commercialisation ou de communication réalisés sur la base d'un brief client ou d'un cahier des charges.

Conditions de l'évaluation (3.2) :

- Étude de cas,
- Travail individuel,
- Production écrite et/ou multimédias.

Production évaluée (3.3) :

Un plan d'actions pour le déploiement et la gestion d'outils de communication digitaux, stipulant :

- le choix des canaux de communication en ligne,
- le choix des contenus à médiatiser,
- le choix des outils de référencement,
- la charte de community management,
- les indicateurs de mesure d'audience et de performance.

Conditions de l'évaluation (3.3) :

- Mise en situation professionnelle simulée fondée sur une étude de cas réel,
- Travail collectif,
- Production écrite et orale.

2/ Pour les candidats issus de la VAE :

Production évaluée :

- Dossier de preuves issues de l'expérience

3/ Modalités de certification du Bloc 03

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°3.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les enjeux liés au marketing et à la communication touchant potentiellement toutes les entreprises, les chefs de projet marketing et communication peuvent travailler dans tous les secteurs d'activité, quelles que soient la taille et la nature de la structure employeuse (grandes entreprises, PME-PMI, institutions et services publics, associations...). Dans ce contexte, ils évoluent principalement au sein de deux types d'entités bien définis :

- Soit chez l'annonceur, c'est-à-dire l'entreprise ou l'organisation à l'origine de l'opération de communication ou de marketing visant à promouvoir ses produits ou sa marque.
- Soit dans des agences spécialisées (agences de communication, agences médias, agences digitales, régies publicitaires...) proposant aux annonceurs des prestations d'accompagnement pour l'élaboration et le pilotage opérationnel de la déclinaison en plan de communication des actions marketing proposées.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le Chef de projet marketing et communication peut exercer ses fonctions au sein d'une entreprise dite « annonceur » ; dans ce cas, il est généralement rattaché à un département « Marketing », « Communication » ou « Digital ». Il peut également travailler au sein d'une agence qui peut être généraliste (360°), ou spécialisée dans un domaine d'expertise particulier : digital, publicité, médias, événementiel...

Principaux emplois occupés (liste non exhaustive) :

Selon la structure dans laquelle il exerce, les appellations du métier peuvent être différentes et exprimer un positionnement transversal ou spécialisé :

- chargé de marketing et/ou communication,
- chef de projet marketing, communication, événementiel, digital,
- responsable marketing et/ou communication,
- consultant en communication ou marketing digital(e).

L'avènement du digital a également considérablement enrichi ses intitulés d'emploi possibles : chef de projet e-CRM, community manager, responsable social media, chef de projet référencement (SEO, SEA...).

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)	2 881 €
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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	20 563
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	13 %
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 U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au dispositif de certification (hors VAE), le niveau initial requis est le baccalauréat. L'entrée par équivalence en cours de formation est également possible pour les candidats justifiant d'un Bac + 1, Bac + 2 et Bac + 3.

Les modalités de sélection sont les suivantes, quel que soit le niveau d'accès à la certification :

- Pré sélection sur dossier et entretien de motivation et d'évaluation,
- Examen d'entrée.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

50% professionnels du secteur.

50% représentants de l'établissement.

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

50% professionnels du secteur.

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	6 768 €
Selon la branche	4 354 € – 7 110 €
Prise en charge	Branches concernées
6 768 €	Valeur par défaut · 183 branches
7 110 €	CNPE des sociétés financières, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP Mutualité
6 750 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE-FP Industries céramiques, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 844 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
5 400 €	CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
6 780 €	CPNEFP des commerces de gros
6 696 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 677 €	CPNEFP Commerce à distance
6 571 €	CPNE des Télécoms
6 399 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 368 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 120 €	CPNE Banque
4 354 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	14/09/2020
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	14/09/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	214	0	66 %	—
2018	277	0	77 %	—

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP36877

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34909/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	23
Parcours menés à terme	37
Taux d'achèvement	161 %
Période	02/2022 – 09/2023

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	65
Montant total engagé	164 699 €
Coût moyen par dossier	2 534 €
Durée moyenne	181 h
Période	03/2021 – 08/2022
France compétences	78 %
France Travail	7 %
Entreprise	7 %
Reste à charge titulaire	5 %
Régions	3 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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