

Manager de la communication

RNCP35436 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320n
Formacode(s)	46341, 46311
Code(s) ROME	E1402, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/03/2021
Date d'échéance	20/12/2023

Certificateur(s)

ASSOCIATION SAINTES ANNE · SIRET : 32949147600019

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Afin de répondre aux enjeux économiques et sociétaux, les organisations ont besoin de managers de la communication capables de :

- favoriser la cohésion entre les personnes
- soutenir la coordination du travail au service de la mission de la structure
- faire connaître la qualité de l'offre proposée

Cette certification professionnelle permet de passer de la maîtrise des techniques à la réflexion stratégique pour permettre aux candidats de devenir d'authentiques managers de projets de communication capables de prendre des décisions responsables et éclairées.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyser des déterminants stratégiques d'une organisation en rapport avec son environnement

Concevoir la stratégie de communication globale

Piloter la mise en œuvre des projets de communication

Manager les intervenants internes des projets de communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1. Identifier les parties prenantes internes et externes en comprenant leurs enjeux et leurs articulations de manière à déterminer les opportunités et risques pour son organisation

C2. Déterminer les éléments de la culture d'entreprise en s'appropriant les codes, pratiques et références culturelles afin de les véhiculer aux collaborateurs tout en donnant du sens au travail

C3. Analyser les axes stratégiques, les enjeux et perspectives d'évolution d'une l'entreprise en déterminant sa création de valeur afin de contribuer au choix et à la définition de la stratégie d'entreprise

C4. Réaliser une veille sur les concurrents en analysant des indicateurs budgétaires, de pratiques, d'innovation et d'orientation en vue d'identifier leurs stratégies et ajuster le positionnement de son organisation

- C5. Réaliser une veille économique, sociale, technique et culturelle en identifiant les tendances en termes d'outils, de canaux de communication et de vision afin d'adapter ses services aux besoins et attentes du consommateur cible
- C6. Elaborer un diagnostic de la stratégie de communication globale de l'entreprise en analysant les éléments des campagnes antérieures et en déterminant les forces et faiblesses de la politique de communication afin d'identifier une problématique à résoudre
- C7. Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en déterminant le positionnement, les objectifs, les cibles, les canaux de distribution et les messages à faire passer de manière à soutenir la stratégie globale de l'entreprise
- C8. Définir le mix-stratégique médias et hors médias afin d'atteindre la cible déterminée
- C9. Elaborer une stratégie de création en déterminant les éléments clés à prendre en considération par les équipes créatives internes ou externes afin de décliner de manière opérationnelle les orientations stratégiques de la communication
- C10. Elaborer un plan de communication en déterminant un budget, en évaluant les besoins en ressources humaines, matérielles et financières de manière à réaliser une prestation dans un calendrier déterminé
- C11. Piloter la mise en œuvre des campagnes de communication internes et/ou externes en délivrant des orientations aux équipes afin de se conformer aux orientations du plan de communication
- C12. Évaluer le retour sur investissement des actions de communication en mettant en œuvre des outils de mesure afin d'effectuer les arbitrages nécessaires en fonction du cahier des charges
- C13. Participer aux choix pris par les instances décisionnaires en les conseillant, en jouant un rôle d'interface entre les directions, en accompagnant les changements liés à la communication
- C14. Accompagner l'organisation à s'adapter à son environnement à court et à long terme en proposant un plan d'action adapté afin de faciliter l'appropriation individuelle et collective du changement = scénario de crise
- C15. Manager les membres de l'équipe projet en fixant les objectifs et les indicateurs collectifs et individuels et en veillant aux dimensions constitutives du travail
- C16. Mettre en œuvre une communication convaincante en proposant des canaux de communication adaptés aux profils des membres de son équipe afin d'impliquer les parties prenantes internes de l'entreprise dans la réalisation d'un projet commun
- C17. Mener une analyse réflexive de la pratique managériale en entreprise en identifiant le type de management, les leviers personnels de motivation et les modes de communication afin de proposer un plan d'action permettant d'optimiser la pratique managériale

Blocs de compétences

RNCP35436BC01 — Analyser les déterminants stratégiques d'une organisation en rapport avec son environnement

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Identifier les parties prenantes internes et externes en comprenant leurs enjeux et leurs articulations de manière à

déterminer les opportunités et risques pour son organisation

C2. Déterminer les éléments de la culture

d'entreprise en s'appropriant les codes, pratiques et références culturelles afin de les véhiculer aux collaborateurs tout en donnant du sens au travail

C3. Analyser les axes stratégiques, les enjeux et

perspectives d'évolution d'une l'entreprise en déterminant sa création de valeur afin de contribuer au choix et à la définition de la stratégie d'entreprise

C4. Réaliser une veille sur les concurrents en

analysant des indicateurs budgétaires, de pratiques, d'innovation et

d'orientation en vue d'identifier leurs stratégies et ajuster le positionnement de son organisation

C5. Réaliser une veille économique, sociale,

technique et culturelle en identifiant les tendances en termes d'outils, de

canaux de communication et de vision afin d'adapter ses services aux besoins et attentes du consommateur cible

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire professionnel + revue de presse

RNCP35436BC02 — Concevoir la stratégie de communication globale

LISTE DE COMPÉTENCES

C6. Elaborer un diagnostic de la stratégie de communication globale de l'entreprise en analysant les éléments des campagnes antérieures et en déterminant les forces et faiblesses de la politique de communication afin d'identifier une problématique à résoudre

C7. Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en déterminant le positionnement, les objectifs, les cibles, les canaux de distribution et les messages à faire passer de manière à soutenir la stratégie globale de l'entreprise

C8. Définir le mix-stratégique médias et hors médias afin d'atteindre la cible déterminée

C9. Elaborer une stratégie de création en déterminant les éléments clés à prendre en considération par les équipes créatives internes ou externes afin de décliner de manière opérationnelle les orientations stratégiques de la communication

C10. Élaborer un plan de communication en déterminant un budget, en évaluant les besoins en ressources humaines, matérielles et financières de manière à réaliser une prestation dans un calendrier déterminé

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Semaine de créativité

RNCP35436BC03 — Piloter la mise en œuvre des projets de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C11. Piloter la mise en œuvre des campagnes de

communication internes et/ou externes en délivrant des orientations aux équipes afin de se conformer aux orientations du plan de communication

C12. Évaluer le retour sur investissement des

actions de communication en mettant en œuvre des outils de mesure afin d'effectuer les arbitrages nécessaires en fonction du cahier des charges

C13. Participer aux choix pris par les instances

décisionnaires en les conseillant, en jouant un rôle d'interface entre les directions, en accompagnant les changements liés à la communication

C14 Accompagner l'organisation à s'adapter à son

environnement à court et à long terme en proposant un plan d'action adapté afin de faciliter l'appropriation individuelle et collective du changement = scénario de crise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Création d'entreprise + semaine de créativité+ scénario de crise

RNCP35436BC04 — Manager les intervenants internes des projets de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C15. Manager les membres de l'équipe projet en fixant les objectifs et les indicateurs collectifs et individuels et en veillant aux dimensions constitutives du travail

C.16 Mettre en œuvre une communication convaincante en proposant des canaux de communication adaptés aux profils des membres de son équipe afin d'impliquer les parties prenantes internes de l'entreprise dans la réalisation d'un projet commun

C17. Mener une analyse réflexive de la pratique manageriale en entreprise en identifiant le type de management, les leviers personnels de motivation et les modes de communication afin de proposer un plan d'action permettant d'optimiser la pratique managériale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeu de rôles + mémoire professionnel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager de la communication peut occuper une fonction aussi bien dans une entreprise du secteur privé que public, marchand ou association public tout secteur d'activité confondu.

Il peut occuper une fonction dans des entreprises de toute taille.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable communication

Chef de projet communication

Communication manager

Responsable marketing

Chargé de communication

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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder à la 1ère année, les candidats doivent avoir :

- Un niveau 6 de qualification minimum

OU - 5 ans d'expérience professionnelle

Pour accéder à la 2ème année, en admission parallèle, les candidats doivent avoir :

- Validé un niveau 6 de qualification en Communication/Marketing (maîtrise des outils de communication obligatoire)
- OU 5 ans d'expérience professionnelle dans la Communication

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 5 personnes dont :

- 3 professionnels extérieurs à l'Ircom
- 2 représentants internes à l'Ircom

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

Le jury est composé de 5 personnes dont :

- 3 professionnels extérieurs à l'Ircom
- 2 représentants internes à l'Ircom

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	8 385 €
Selon la branche	7 000 € – 8 460 €
Prise en charge	Branches concernées
8 385 €	Valeur par défaut · 193 branches
8 400 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNEFP dans la coopération agricole
8 200 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP Mutualité
8 460 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
8 446 €	CPNEFP Sports Loisirs
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 330 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 212 €	CPNEFP des commerces de gros
8 100 €	CPNEF de la Publicité
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 de décision	17/03/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/12/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	14	0	86 %	72 %
2017	23	0	87 %	74 %
2016	24	0	71 %	71 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP18196

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38498

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35436/>