

Chargé du Marketing et de la Communication

RNCP35742 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	46301, 34093
Code(s) ROME	E1104, M1706, M1705, M1702, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2022

Certificateur(s)

CONSEIL FORMATION QUALIFICATION · SIRET : 40132583200087

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFTEC	35119111900160	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900244	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900277	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900285	Former et organiser l'évaluation
ECOTEC	33830238300041	Former et organiser l'évaluation
ESPL-ECOLE SUPERIEURE DES PAYS DE LOIRE	44344472400027	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé du Marketing et de la Communication a en charge de gérer l'image d'une organisation d'entreprise ou pour le compte d'une entité cliente, en déclinant la stratégie marketing de cette organisation et en développant une communication adaptée et performante.

Il contribue ainsi :

- A renforcer la notoriété d'une marque, d'un produit ou d'un service,
- Au développement et au déploiement de l'efficacité économique de la structure pour laquelle il travaille ou pour celle d'un client.

Il fait le lien entre les actions de marketing et les actions de communication, il favorise et renforce ainsi le développement commercial en amont et en aval.

Le Chargé du Marketing et de la Communication tend à se spécialiser dans l'exercice de ses compétences appliquées aux supports du web et des réseaux de communication et à l'usage de supports digitalisés présent sur le Net.

Dans le cadre de la communication, il est amené à organiser des événements, réaliser des communiqués de presse et gérer les relations publiques.

ACTIVITÉS VISÉES

- Élaboration d'une stratégie marketing et de communication
- Conception du plan marketing et de communication
- Conception de support dans mise en place d'action webmarketing et de communication digitale
- Gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Élaboration d'une stratégie marketing et de communication

- Veille et tendance du marché par rapport à la conduite marketing
- Organisation d'un plan marketing et de communication en fonction des besoins ciblés

Conception du plan marketing et de communication

- Conception du plan marketing et communication
- Conduite des opérations marketing et communication

Conception de support dans mise en place d'action webmarketing et de communication digitale

- Conception d'outils du webmarketing et de communication
- Animation d'action webmarketing et de communication digitale

Gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média

- Production de l'évènement
- Rédaction d'un dossier de presse
- Les relations avec les médias

Blocs de compétences

RNCP35742BC01 — Élaboration d'une stratégie marketing et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Veille et tendance du marché par rapport à la conduite marketing

- Conduire une veille sur un produit ou un service pour définir les tendances économiques, sociales, environnementales, technologiques et concurrentielles en identifiant les opportunités et les risques.
- Diagnostiquer à partir d'un produit ou d'un service ses impacts et ses facteurs d'évolution au travers d'études de marchés en identifiant les forces et les faiblesses lors de sa mise sur le marché de la consommation.
- Benchmarker les stratégies commerciales de la concurrence pour identifier les plus marquantes et s'en inspirer dans le déploiement de sa stratégie marketing et de communication en s'inspirant de ces modèles tout en cherchant à être encore plus novateur
- Aménager les objectifs de la stratégie marketing et de communication pour définir les axes qui conduiront le plan marketing annuel en s'inspirant des tendances du marché et des veilles concurrentielles

Organisation d'un plan marketing et de communication en fonction des besoins ciblés

- Calculer une tarification adaptée au produit ou au service en analysant les tendances du marché actuel, du public cible et de la concurrence pour se positionner au mieux sur le marché permettant de définir le plan d'action marketing de l'année
- Budgétiser les actions de communication pour dérouler un plan marketing cohérent en prenant en compte tous les postes de dépenses dans la composition du produit ou du service et la définition de son prix.
- Consolider les réseaux de communication en interne (CRM) et en externe pour atteindre les publics cibles en définissant les canaux de distributions les plus propices à la gestion de l'information
- Administrer le calendrier du plan marketing annuel pour adapter les actions de marketing et de communication en prenant en compte les habitudes d'achat des consommateurs et la veille concurrentielle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise de certificat

RNCP35742BC02 — Conception du plan marketing et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Conception du plan marketing et communication

- Analyser les objectifs du plan marketing en prenant en compte les éléments du marché et des tendances pour créer les actions à conduire avec efficacité et pertinence
- Définir les concepts d'animation du plan marketing pour répondre aux idées définies par la stratégie marketing en

faisant preuve de créativité et d'innovation par rapport à la concurrence

- Créer les actions définies par le plan marketing pour déployer des actions promotionnelles et événementielles en mettant en place des partenariats

Conduite des opérations marketing et communication

- Sélectionner les prestataires qui participeront au déroulement de l'action marketing et communication en demandant des propositions et en négociant les tarifs afin de rester dans le budget
- Communiquer avec les postes hiérarchiques et les cadres commerciaux pour s'assurer de la bonne coordination entre la campagne en cours et la force de vente
- Établir un lien entre les équipes impliquées dans le projet marketing pour que ces dernières puissent informer et coordonner les actions auprès de leurs clients et prospects
- Assurer un suivi des actions conduites pour vérifier que les prestataires respectent le déroulement de l'action tout au long de la campagne
- Contrôler le déroulement d'une action marketing pour en tirer les avantages quantitatifs et qualitatifs auprès la force de vente
- Évaluer les résultats et les impacts de l'action marketing et communication pour établir un bilan qualitatif et quantitatif et en tirer des recommandations par rapport au plan marketing et communication général

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise de certificat

RNCP35742BC03 — Conception de supports dans la mise en place d'action webmarketing et de communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Conception d'outils du webmarketing et de communication

- Sélectionner des supports appropriés pour dynamiser et animer la présence de la force de vente du produit ou du service sur le net en mettant en place des outils digitaux appropriés et évolutifs
- Rédiger une ligne éditoriale d'un site web pour mettre en valeur les actions marketing et de communication de l'activité produit ou service en assurant une veille et une maintenance active de l'information sur le site internet
- Créer des supports de présentation produits ou service pour animer le site à partir de vidéo, publications et témoignages en animant l'échange avec les internautes
- Concevoir des bandeaux d'appels pour valoriser les actions du plan marketing et de communication et en proposant des axes de rencontres via le web (sondages, webinaire...)

Animation d'action webmarketing et de communication digitale

- Sélectionner des prestataires pour référencer et valoriser la visibilité de l'information sur le net en améliorant le référencement naturel et payant dans le but d'accroître sa visibilité et sa notoriété
- Référencer et veiller aux respects de l'utilisation des informations apportées pour respecter la loi RGPD en référençant sur un cahier des charges les actions des activités conduites sur le net.
- Optimiser l'audience et la notoriété de sa présence sur le net en mettant en place des informations sur les réseaux sociaux pour améliorer l'image marketing de son produit ou service
- Exploiter un outils support pour évaluer l'audience et l'efficacité des supports et outils utilisés en animation digitale
- Évaluer les résultats de l'activité de l'animation webmarketing et communication digitale pour permettre des recadrages et améliorer la notoriété existante

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation par la rédaction d'un rapport de pratiques

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise de certificat

RNCP35742BC04 — Gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média

LISTE DE COMPÉTENCES

Production de l'évènement

- Présenter une thématique d'évènement pour animer un produit ou un service auprès d'un public orienté en répondant aux besoins et attentes des clients
- Élaborer les étapes de la conception d'un évènement pour anticiper le jour J toutes les contraintes en manageant point par point

le poste et en définissant le périmètre de chaque prestataire

- Sélectionner les prestataires pour intervenir lors de l'évènement en leur proposant une feuille de route et en négociant le budget de leur prestation

- Gérer les aspects logistiques de l'évènement pour anticiper avant le jour J les étapes et les enchaînements de la production de l'évènement

- Gérer la communication et la signalétique autour de

l'évènement pour informer sur son déroulement et pour enchaîner les étapes des prestations prévues

- Manager les équipes pour assurer le bon déroulement

de l'évènement en leur remettant une feuille de route décrivant les étapes et les horaires de leurs missions

- Évaluer les retombés de l'évènement pour identifier les points à améliorer et les points positifs qui se sont déroulés

- Vérifier la satisfaction des invités pour mesurer la qualité de l'évènement en proposant un questionnaire ou une grille d'évaluation sur le déroulement de l'évènement

Rédaction d'un dossier de presse

- Gérer les relations avec les journalistes et les photographes pour informer et communiquer sur des thématiques à débattre ou à présenter pendant l'évènement

- Émettre des thématiques d'écriture d'articles à la presse et aux journalistes spécialisés pour couvrir des informations et faire la promotion indirecte d'un produit ou d'un service

- Orienter l'interview des journalistes pour faire la promotion d'un produit ou d'un service afin de mettre en valeur une communication commerciale experte et avisée

- Réaliser un dossier de presse pour recenser tous les articles promotionnels permettant de valoriser les bienfaits d'un produit ou service

Les relations avec les médias

- Mettre en place un réseau de journalistes et de photographes pour entretenir la valorisation de la marque ou du produit à représenter

- Communiquer auprès de son réseau Média des nouveautés, des événements et autres informations pour entretenir une veille sur les produits ou services représentés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise de certificat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le chargé marketing/communication exerce un métier transverse qui se trouve dans tous les secteurs d'activité privés et publics (entreprises, associations, administrations, collectivités territoriales) et dans toutes les branches professionnelles. Les métiers de la communication tendent depuis le développement des outils de la communication internet à se développer sur plusieurs secteurs comme les banques déployant des offres de services pour leur client et les services publics qui intègrent de plus en plus des outils de gestion et de communication pour gérer leurs relations avec les utilisateurs institutionnels.

Ce métier s'exerce dans des organisations, entreprises et établissements de toutes tailles, cependant elle peut être externalisée en totalité ou en partie auprès d'agences spécialisées ou auprès d'indépendants.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé d'affaires marketing
- Chargé de communication

- Responsable marketing et communication
- Chargé des relations publiques
- Responsable des relations externes
- Responsable de la communication web et média

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
Ce métier n'est pas réglementé

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)	2 924 €
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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	18 210
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %
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 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 à la certification : avoir suivi la formation de « Chargé du marketing et de la communication », en formation initiale ou sous statut d'étudiant ou en formation professionnelle continue au sein de CFQ ISIFA ou une autre école partenaire habilitée.
- Pour accéder à la formation les prérequis sont :
 1. Certifications professionnelles de niveau 5 émanant d'orientation commerciales ou administratives ou 1 an d'expériences professionnelles dans une fonction marketing ou de communication
 2. Réussir les tests d'entrée pour intégrer la formation et entretien avec un responsable du recrutement pour analyse du projet professionnel du candidat

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

5 personnes composent le jury dont
:

1 représentant du certificateur qui préside le jury
4 professionnels en exercice dans le secteur du marketing et de la communication.

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	7 060 €
Selon la branche	6 000 € – 7 060 €

Prise en charge	Branches concernées
7 060 €	Valeur par défaut · 204 branches
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE chimie, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 000 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
6 630 €	CPNEF de l'audiovisuel
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
6 400 €	CPNE Banque

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	1 an
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	254	2	87 %	—
2018	56	3	100 %	89 %
2017	54	0	100 %	96 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28148

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36487

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.isifaplustvalues.com/chargee-du-marketing-et-de-la-communication>

<https://www.aftec.fr/formation-chargee-communication>

<https://www.espl.fr/formation-charge-communication-marketing-angers>

<https://www.ecole-tunon.com/formation-charge-de-communication>

Fiche officielle (France Compétences)

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	100 %
Période	03/2022 – 07/2022

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	3 075 €
Coût moyen par dossier	3 075 €
Durée moyenne	147 h
Période	02/2022
France Travail	71 %
France compétences	29 %

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