

Manager marketing et communication (MS)

RNCP36017 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34052, 34085, 46301
Code(s) ROME	E1402, M1705, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	10/11/2021
Date d'échéance	10/11/2026

Certificateur(s)

ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE ESCP EUROPE · SIRET : 82464458700027

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CCM BENCHMARK GROUP	51208563000097	Former et organiser l'évaluation
Ecole supérieure des Affaires à Beyrouth	—	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le marketing et la communication constituent un enjeu majeur pour les entreprises dans un contexte de mondialisation des marchés et de concurrence exacerbée touchant tous les secteurs d'activité. Elles trouvent dans la personne du Manager marketing et communication un expert en capacité d'influer sur leur positionnement et leur politique de développement, en se fondant sur les évolutions avérées et probables de leur marché, ainsi que sur les tendances de consommation. Son rôle est ainsi de préconiser une stratégie permettant de clarifier et de singulariser l'identité d'une marque, et de favoriser l'atteinte de sa cible clients/utilisateurs, en préconisant la mise en place d'une politique de produits, prix et de distribution qui, associée à une stratégie de captation de l'attention et d'entretien de la relation et de l'expérience clients, favorise la croissance et la réussite commerciale de l'entreprise.

Le périmètre d'activité du Manager marketing et communication est fortement impacté par l'avènement de l'Internet et du digital :

- La distinction traditionnelle entre investissements « médias » et « hors médias » tend à s'estomper avec le développement considérable des investissements publicitaires sur les médias digitaux. Dans ce contexte, la recherche de cohérence et de complémentarité l'amène à formuler une stratégie transversale.
- Le développement des supports digitaux a contribué à multiplier les points de contact entre l'entreprise et ses client/utilisateurs, imposant au Manager marketing et communication de repenser la relation avec les cibles de l'entreprise dans une logique de management de communauté, privilégiant non plus un rapport descendant mais horizontal et interactif.
- La multiplication des supports et interfaces d'échange avec le client/utilisateur, aussi bien dans le monde physique (espaces de vente, téléphone...) que numérique (site internet, réseaux sociaux, applications mobiles...), amène le Manager marketing et communication à envisager le rapport de sa cible avec l'entreprise dans une logique de

parcours et d'expérience utilisateur.

- L'accès à des données massives concernant ses clients/utilisateurs lui permet de disposer d'informations précises et significatives concernant leurs attentes et usages.

Le Manager marketing et communication occupe une position éminemment stratégique au sein de l'entreprise, car il participe à la réflexion concernant son positionnement et son devenir à moyen terme, en identifiant les solutions créatrices de valeur économique pour l'entreprise et productrice de valeur perçue pour sa cible clients/utilisateurs.

ACTIVITÉS VISÉES

Qu'il appartienne aux services internes de l'entreprise ou à un cabinet spécialisé, le Manager marketing et communication peut intervenir sur tout ou partie des domaines d'activité suivants :

1. Conception de la stratégie marketing et communication de l'entreprise 1.1. Management d'une démarche d'études et de veille socio-économiques, technologiques et stratégiques 1.2. Elaboration de la stratégie marketing 1.3. Elaboration du plan stratégique de communication
2. Pilotage de la mise en œuvre de la stratégie marketing et communication de l'entreprise 2.1. Organisation de la conception des actions opérationnelles de marketing et communication 2.2. Supervision de la mise en œuvre opérationnelle des actions de marketing et communication
3. Management et gestion de la performance d'une unité/service marketing et communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Concevoir la stratégie marketing et communication de l'entreprise

1.1 – Manager une démarche d'études et de veille socio-économiques, technologiques et stratégiques • Organiser un système de veille stratégique

- Mettre en place une stratégie de collecte, de traitement et d'exploitation des données clients/utilisateurs
- Sélectionner et exploiter les études marketing
- Analyser et interpréter les données
- Définir les orientations stratégiques à développer

1.2 – Elaborer la stratégie marketing

- Analyser et réaliser le diagnostic du positionnement de l'entreprise au sein de son secteur
- Analyser la politique de développement de l'entreprise
- Elaborer la stratégie marketing
- Choisir les solutions à mettre en œuvre
- Présenter de manière argumentée sa proposition en vue de sa validation

1.3 – Elaborer le plan stratégique de communication

- Analyser les données issues d'études
- Choisir les orientations et formaliser le plan de communication
- Sélectionner les actions
- Construire le planning des actions

2 : Piloter la mise en œuvre de la stratégie marketing et communication de l'entreprise

2.1- Organiser la conception des actions opérationnelles de marketing et communication

- Constituer des équipes-projet internes
- Organiser des étapes de conception et réalisation des actions et l'élaboration de leur budget
- Définir la politique de référencement des prestataires et leur sélection
- Définir des modalités de suivi et d'évaluation des actions marketing et communication

2.2- Superviser la mise en œuvre opérationnelle des actions de marketing et communication

- Définir des leviers de captation de l'attention de la cible clients/utilisateurs
- Choisir les canaux et supports digitaux à développer et déterminer des stratégies de référencement et d'animation communautaire

- Suivre et contrôler la qualité et la conformité des outils et supports marketing/communication réalisés
- Evaluer de façon continue le résultat des actions et l'identification des mesures correctives à mettre en œuvre

3. Manager et gérer la performance d'une unité/service marketing et communication

- Définir la stratégie et du plan de développement de l'unité/service
- Elaborer le business plan de l'unité/service
- Organiser le fonctionnement de l'unité/service
- Manager les collaborateurs
- Evaluer les résultats d'activité de l'unité/service et reporter à la direction générale

Blocs de compétences

RNCP36017BC01 — Concevoir la stratégie marketing et communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

1.1 – Manager une démarche d'études et de veille socio-économiques, technologiques et stratégiques • Organiser un système de veille stratégique

- Mettre en place une stratégie de collecte, de traitement et d'exploitation des données clients/utilisateurs
- Sélectionner et exploiter les études marketing
- Analyser et interpréter les données
- Définir les orientations stratégiques à développer

1.2 – Elaborer la stratégie marketing

- Analyser et réaliser le diagnostic du positionnement de l'entreprise au sein de son secteur
- Analyser la politique de développement de l'entreprise
- Elaborer la stratégie marketing
- Choisir les solutions à mettre en œuvre
- Présenter de manière argumentée sa proposition en vue de sa validation

1.3 – Elaborer le plan stratégique de communication

- Analyser les données issues d'études
- Choisir les orientations et formaliser le plan de communication
- Sélectionner les actions
- Construire le planning des actions

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1)

Pour les candidats issus de la formation :

Production

évaluée (1) Un

système d'études et de veille marketing Une

étude marketing spécifique

Conditions

de l'évaluation (1) Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite et orale

Production

évaluée (2) Une

proposition de stratégie marketing et communication

Conditions

de l'évaluation (2) Etude

de cas d'entreprise Travail

collectif Production

écrite et orale

Production

évaluée (3) Un

plan de communication

Conditions

de l'évaluation (3) Etude

de cas d'entreprise Travail

collectif Production

écrite et orale

2)

Pour les candidats issus de la VAE Production

évaluée : Dossier

de preuves issues de l'expérience

Modalités

de certification du bloc 1 Un

certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites

sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences

RNCP36017BC02 — Piloter la mise en œuvre de la stratégie marketing et communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

2.1- Organiser la conception des actions opérationnelles de marketing et communication

- Constituer des équipes-projet internes
- Organiser des étapes de conception et réalisation des actions et l'élaboration de leur budget
- Définir la politique de référencement des prestataires et leur sélection
- Définir des modalités de suivi et d'évaluation des actions marketing et communication

2.2- Superviser la mise en œuvre opérationnelle des actions de marketing et communication

- Définir des leviers de captation de l'attention de la cible clients/utilisateurs
- Choisir les canaux et supports digitaux à développer et déterminer des stratégies de référencement et d'animation communautaire
- Suivre et contrôler la qualité et de la conformité des outils et supports marketing/communication réalisés
- Evaluer de façon continue le résultat des actions et l'identification des mesures correctives à mettre en œuvre

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1)

Pour les candidats issus de la formation :

Production

évaluée (1) Un

projet d'actions opérationnelles

Les

modalités de sélection des prestataires

Conditions

de l'évaluation (1) Etude

de cas d'entreprise Travail

collectif Production

écrite

Production

évaluée (2) La

réalisation d'un plan marketing digital

Conditions de l'évaluation (2) Etude

de cas d'entreprise Travail

individuel Production

écrite

2)

Pour les candidats issus de la VAE Production

évaluée : Dossier

de preuves issues de l'expérience

Modalités

de certification du bloc 2 Un

certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites

sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de

compétences

RNCP36017BC03 — Manager et gérer la performance d'une unité/service marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir la stratégie et du plan de développement de l'unité/service
- Elaborer le business plan de l'unité/service
- Organiser le fonctionnement de l'unité/service
- Manager les collaborateurs
- Evaluer les résultats d'activité de l'unité/service et reporter à la direction générale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1) Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée Un plan de gestion d'une unité/service marketing et communication

Conditions de l'évaluation Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite

2) Pour les candidats issus de la VAE Production évaluée : Dossier de preuves issues de l'expérience
Modalités de certification du bloc 3 Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les problématiques en lien avec le marketing et la communication touchant toutes les organisations, le Manager marketing et communication peut exercer au sein de tous les types de structures, qu'elles soient publiques, associatives ou privées, entreprises, agences de communication, agences de communication digitale ou cabinets conseil en marketing et quelles que soient leur taille et leurs secteurs d'activité.

Les secteurs les plus représentés sont le Luxe, le commerce et la Distribution, le secteur banque/assurances.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur/Responsable marketing, Directeur/Responsable communication, Directeur des études, Consultant marketing/communication, chef de projets marketing/communication, Manager Web marketing, Directeur des partenariats medias, Directeur d'agence 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)	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)	3 001 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
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

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A. Conditions générales d'accès : sont recevables les candidatures de participants titulaires d'un des diplômes suivants:

? Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieur (liste CTI)

? Diplôme d'une école de management habilitée à délivrer le grade national de Master (liste CEFDG)

? Diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (DEA, DESS, Master...) ou diplôme professionnel de niveau BAC + 5

? Diplôme de M1 ou équivalent, pour des auditeurs justifiant d'au moins trois années d'expérience professionnelle.

? Titre inscrit au RNCP niveau 7 (ancienne nomenclature niveau I)

? Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus

Pour des diplômes anciens, qui ne sont plus actuellement délivrés, on se rapprochera de ceux qui s'y sont éventuellement substitués.

B. Conditions d'accès dérogatoires :

a) Dans la limite de 40 % maximum de l'effectif de la promotion suivant la formation Mastère Spécialisé concernée, sont recevables, après une procédure de Validation des acquis personnels et professionnels (VAPP), les candidatures de personnes justifiant a minima de 10 années d'expérience professionnelle (hors stage, césure, cursus initial en alternance). Pour cette voie d'accès, une description du dispositif de la VAPP permettant d'apprécier les connaissances, les méthodes et les savoir-faire du candidat, comportant notamment la composition de la commission pédagogique, devra être présentée ainsi que toute pièce constitutive de ce dispositif adaptée au programme.

b) Par dérogation pour 30 % maximum du nombre d'étudiants suivant la formation Mastère Spécialisé concernée, sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants:

? Niveau M1 validé ou équivalent sans expérience professionnelle

? Diplôme de L3 justifiant d'une expérience adaptée de 3 ans minimum

Le pourcentage total des dérogations prévues au a) et au b) ci-dessus ne doit pas excéder 40%.

Chaque candidature est évaluée au moyen d'un dossier et d'épreuves de sélection consistant en :

- des tests écrits d'anglais,
- un entretien individuel avec un jury de pré-sélection.

Le processus de sélection vise à déterminer la cohérence entre le projet professionnel du candidat et les objectifs de formation, et à vérifier la qualité de sa motivation et de son engagement dans le dispositif de certification.

Un niveau d'anglais minimum B2 est requis

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury est constitué au minimum de 4 membres :

- 2 représentants de l'ESCP - le Directeur de la Division Corporate Europe ou son représentant, - un membre du corps professoral de l'ESCP.
- 2 professionnels qualifiés, issus du monde de l'entreprise et ayant exercé et développé une expertise dans des fonctions liées au marketing et à la communication.

Le président du jury est désigné sur proposition du Directeur de la Division Corporate Europe de l'ESCP et avec l'accord des autres membres. Il est choisi de préférence parmi les professionnels qualifiés.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est constitué au minimum de 4 membres :

- 2 représentants de l'ESCP - le Directeur de la Division Corporate Europe ou son représentant, - un membre du corps professoral de l'ESCP.
- 2 professionnels qualifiés, issus du monde de l'entreprise et ayant exercé et développé une expertise dans des fonctions liées au marketing et à la communication.

Le président du jury est désigné sur proposition du Directeur de la Division Corporate Europe de l'ESCP et avec l'accord des autres membres. Il est choisi de préférence parmi les professionnels qualifiés.

Base légale

Date de décision	10/11/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	10/11/2026

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	16	0	94 %	67 %
2018	12	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP30807

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://escp.eu/programmes/executive-masters/executive-mastere-specialise-Strategies-Marketing-Communication-dans-un-monde-digital>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36017/>

Où se former

Formations référencées	3
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	4 500 € – 29 950 €
Durée	360 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	28
Parcours menés à terme	5
Taux d'achèvement	18 %
Période	10/2022 – 06/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	38
Montant total engagé	181 248 €
Coût moyen par dossier	4 770 €
Durée moyenne	94 h
Période	09/2022 – 09/2026
France compétences	73 %
Reste à charge titulaire	13 %
Entreprise	9 %
France Travail	4 %
OPCO	1 %

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