

Chargé du marketing et de la communication

RNCP36487 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	46301
Code(s) ROME	E1104, M1705, M1706, M1702, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/06/2022
Date d'échéance	01/06/2025

Certificateur(s)

CONSEIL FORMATION QUALIFICATION · SIRET : 40132583200087

Partenaires habilités

30 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 30 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFTEC	35119111900160	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900301	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - IPAC BACHELOR FACTORY - MBWAY -	35119111900368	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - IPAC BACHELOR FACTORY - MB WAY - WIN SPORT	35119111900400	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - MY DIGITAL SCHOOL - MBWAY - IPAC BACHELOR	35119111900335	Former et organiser l'évaluation
CONSEIL FORMATION QUALIFICATION	40132583200079	Former et organiser l'évaluation
CONSEIL FORMATION QUALIFICATION	40132583200087	Former et organiser l'évaluation
ECO COM	48017681700066	Former et organiser l'évaluation
ECOLE INTERNATIONALE TUNON	33830238300439	Former et organiser l'évaluation
ECOLE INTERNATIONALE TUNON - WIN SPORT SCHOOL	33830238300405	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 30 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36487-charge-du-marketing-et-de-la-communication/partenaires>

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.

Dans le contexte actuel de transformation digitale, ce professionnel 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

- Participation à l'élaboration de la stratégie marketing et communication
- Animation du plan marketing et de communication
- Gestion et animation des supports webmarketing et de communication digitale
- Réalisation de la gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- 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 communication
- Conduite des opérations marketing et communication
- Conception d'outils du webmarketing et de communication
- Animation d'action webmarketing et de communication digitale
- Rédaction d'un dossier de presse
- Les relations avec les médias

Blocs de compétences

RNCP36487BC01 — Participation à l'élaboration de la stratégie marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 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.

C1.2 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.

C1.3 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

C1.4 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

C1.5 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

C1.6 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.

C1.7 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

C1.8 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

C1.9 Aménager un espace de travail dédié à la gestion du handicap dans le cadre de cette fonction stratégique en mettant en place des outils et un accompagnement spécifique pour le bon déroulement des opérations stratégiques envers les clients et les ressources professionnelles impactées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Une étude de cas où le

candidat devra : - Démontrer

par une mise en situation les enjeux d'une veille sur un marché donné - Diagnostiquer

les impacts qualitatifs et quantitatifs d'un produit ou d'un service - Réaliser

un benchmark concurrentiel

- Définir

les points stratégiques d'un plan marketing - Calculer

la tarification juste d'un produit ou d'un service - Elaborer

un plan marketing et en définir un calendrier adapté aux tendances de la

consommation et à la concurrence - Elaborer

un budget pour le déploiement d'un plan marketing en identifiant les frais poste par poste

2. Période expérientielle où le

candidat sera évalué sur sa participation à la stratégie marketing et de

communication de son activité : - Une

grille d'observation permettra d'identifier les critères de ce bloc de

compétences en distinguant des critères d'acquisition totales et partielles,

des recommandations seront précisées et reprises lors du jury de

certification

RNCP36487BC02 — Animation du plan marketing et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1 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

C2.2 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

C2.3 Créer les actions définies par le plan marketing pour déployer des actions promotionnelles et événementielles en mettant en place des partenariats

C2.4 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

C2.5 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

C2.6 Etablir 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 et adapter cette action au personnel en situation de handicap au travers de la mise en place d'outil

C2.7 Assurer un suivi des actions conduites pour vérifier que les prestataires respectent le déroulement de l'action tout au long de la campagne

C2.8 Contrôler le déroulement d'une action marketing pour en tirer les avantages quantitatifs et qualitatifs auprès la force de vente

C2.9 Evaluer 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

C2.10. Aménager un espace de travail dédié et adapté au PSH afin de s'assurer des conditions d'utilisation d'un poste installé et d'un accompagnement spécifique en fonction du handicap afin de répondre aux compétences ci-dessus en matière de conception et de conduite d'opération marketing et e-marketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Une étude de cas où le

candidat devra : - Concevoir

une action marketing définie dans un plan de marketing et communication - Elaborer

un projet d'animation marketing dans son ensemble

- Sélectionner

et négocier avec des prestataires - Rendre

compte auprès de la hiérarchie et de la force commerciale les intérêts de

l'action marketing

- Organiser

le déroulement de l'action de son démarrage à sa clôture.

- Budgétiser

le coût de l'action et évaluer quantitativement et qualitativement les

résultats

2. Une période expérientielle où le candidat sera évalué sur sa participation à la conception d'un plan marketing et de communication de son activité : - Une grille d'observation permettra d'identifier les critères de ce bloc de

compétences en distinguant des critères d'acquisition totales et partielles, des recommandations seront précisées et reprises lors du jury de certification

RNCP36487BC03 — Gestion et animation des supports webmarketing et de communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

- C3.1 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
- C3.2 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
- C3.3 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
- C3.4 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...)
- C3.5 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
- C3.6 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.
- C3.7 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
- C3.8 Exploiter un outils support pour évaluer l'audience et l'efficacité des supports et outils utilisés en animation digitale
- C3.9 Evaluer les résultats de l'activité de l'animation webmarketing et communication digitale pour permettre des recadrages et améliorer la notoriété existante
- C3.10. Aménager un espace de travail dédié et adapté au PSH afin de s'assurer des conditions d'utilisation des outils du webmarketing et de digitalisation par un aménagement de poste adapté à la situation de handicap et en mettant à la disposition un système de communication interne et externe approprié tout en assurant un accompagnement adapté par son environnement direct et indirect

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rapport où le candidat devra :

- Présenter un support digital créé et adapté faisant la promotion d'un produit ou d'un service - Présenter une ligne éditoriale présentant les atouts d'un produit ou d'un service - Mettre à jour d'un site internet - Concevoir un bandeau faisant la promotion d'un évènement - Présenter la mise en ligne sur internet d'une vidéo, interview ou article - Diffuser et animer la communication de réseaux sociaux - Faire évoluer le référencement d'un site - Réaliser un cahier des charges de référencement RGPD - Evaluer un support digital et les améliorations pouvant être apportées

RNCP36487BC04 — Réalisation de la gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média

LISTE DE COMPÉTENCES

- C4.1 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
- C4.2 Elaborer 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
- C4.3 Sélectionner les prestataires pour intervenir lors de l'évènement en leur proposant une feuille de route et en négociant le budget de leur prestation
- C4.4 Gérer les aspects logistiques de l'évènement pour anticiper avant le jour J les étapes et les enchainements de la production de l'évènement
- C4.5 Gérer la communication et la signalétique autour de l'évènement pour informer sur son déroulement et pour enchaîner les étapes des prestations prévues
- C4.6 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

C4.7 Evaluer les retombées de

l'évènement pour identifier les points à améliorer et les points positifs qui se sont déroulés

C4.8 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

C4.9 Gérer les relations avec les

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

C4.10 Emettre 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

C4.11 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

C4.12 Réaliser un dossier de presse pour

recenser tous les articles promotionnels permettant de valoriser les bienfaits d'un produit ou service

C4.13 Mettre en place un réseau de

journalistes et de photographes pour entretenir la valorisation de la marque ou du produit à représenter

C4.14 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

1. Une étude de cas où le

candidat devra : - Présenter

une thématique d'évènement - Elaborer

les étapes d'un évènement de manière chronologique - Présenter

le rôle des prestataires dans l'organisation de l'évènement - Calculer

le coût d'un évènement - Evaluer

la satisfaction de l'évènement couvert - Préparer

une interview entre un expert et un journaliste

- Réaliser

un dossier de presse pour mettre en avant un produit ou un service - Démontrer

la pérennisation de ses relations presse

2. Période expérientielle où le

candidat sera évalué sur la conception de son activité : - Une

grille d'observation permettra d'identifier les critères de ce bloc de

compétences en distinguant des critères d'acquisition totales et partielles,

des recommandations seront précisées et reprises lors du jury de

certification

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 tels pôle emploi et la CAF par exemple.

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 du marketing et de la communication
- 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

RÈGLEMENTATIONS 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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder à la certification il faut: avoir suivi la formation de "Chargé-e du marketing et de la communication" en formation initiale ou sous statut d'étudiant ou en formation professionnelle continue au sein de Eduservice - ISIFA ou dans une autre école partenaire ou encore être éligible à une VAE.

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

5 personnes composent le jury de certification dont:

- 1 représentant du certificateur qui préside le jury
- 4 professionnels en exercice dans le secteur de la certification

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 €	CNPE 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	01/06/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/06/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	206	2	90 %	—
2019	254	2	90 %	—
2018	57	3	100 %	100 %
2017	54	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35742

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40866

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34040, RNCP34413, RNCP34580, RNCP35540, RNCP35742, RNCP35752, RNCP35856, RNCP36293, RNCP36381, RNCP36725, RNCP36877, RNCP37052, RNCP38131, RS6150

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.isifaplustvalues.com/chargee-daffaires-immobilieres>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36487/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	749
Parcours menés à terme	344
Taux d'achèvement	46 %
Période	09/2022 – 04/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	807
Montant total engagé	1 579 502 €
Coût moyen par dossier	1 957 €
Durée moyenne	95 h
Période	08/2022 – 05/2025
France compétences	90 %
Reste à charge titulaire	6 %
France Travail	3 %
Entreprise	0 %
OPCO	0 %
Régions	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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