

Expert en stratégie et transformation digitale

RNCP36905 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312, 320, 326
Formacode(s)	34093, 46347
Code(s) ROME	M1705, M1805, M1402, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	29/09/2022
Date d'échéance	29/09/2025

Certificateur(s)

INSTITUT EUROPEEN F 2I · SIRET : 41904518200013

Partenaires habilités

24 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation et 23 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
301	84069177800020	Former
ALTERNANCE BOURGOGNE	52757351300043	Former
ANTEE FORMATION	47960778000042	Former
BP CONSEIL FORMATION	48468982300033	Former
CAMPUS D'ENSEIGNEMENT SUPERIEURE PRIVE DE BREST	81398319400016	Former
CHAMBRE DE COMMERCE ET D INDUSTRIE	18280001100047	Former
DBS	82189143900035	Former
ECOLE FRANCAISE DE L'ALTERNANCE	92066345700025	Former
ECOLE SCIENCES & TECHNIQUES COMMERCIALES	45103597600021	Former
EURO MEDIA FORMATION	39945394300066	Former

Liste complète des 24 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36905-expert-en-strategie-et-transformation-digitale/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Une transformation profonde des secteurs d'activité a été induite par l'essor du Big Data. L'Expert en stratégie et transformation digitale occupe dorénavant une place centrale puisqu'il permet à l'entreprise de développer sa notoriété sur les canaux digitaux et ainsi conquérir de nouveaux utilisateurs/clients. Il pilote le projet de transformation digitale en s'appuyant sur des données pertinentes qui nécessite d'appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la communication dans le cadre d'une stratégie globale d'une organisation. L'optimisation de la communication de l'organisation, en passant par l'analyse des besoins des utilisateurs ou encore le développement

d'une solution digitale (application, plateforme e-business), l'Expert en stratégie et transformation digitale est à la base de tous les projets stratégiques d'innovation et de transformation digitale.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse de la stratégie globale et omnicanale d'une organisation
Mise en œuvre d'un processus de veille concurrentielle, technique et réglementaire
Définition des opérations de webmarketing et communication au service d'une stratégie globale et inclusive
Définition du budget et des ressources nécessaires au projet de transformation digitale
Analyse des besoins des utilisateurs en termes d'interfaces
Définition du parcours utilisateur adapté au produit ou service et à la politique globale en matière de RSE
Définition d'une identité visuelle et éditoriale adaptée à la cible et prenant en compte l'accessibilité
Développement d'une stratégie média marketing (SMM) respectueuse de la politique d'inclusion
Etude de la rentabilité des opérations webmarketing et communication dans le cadre du projet de transformation digitale
Pilotage de la performance du projet de transformation digitale
Recrutement et management des équipes projet pluridisciplinaires
Mise en place d'outils de gestion de projets collaboratifs, innovants et inclusifs
Mise en œuvre des outils et méthodologie de conduite du changement
Concevoir le plan de transformation digitale
Analyse du projet graphique à réaliser
Supervision du prototypage d'une solution digitale innovante et inclusive
Supervision de la conception d'un UX/UI Design, vecteur d'innovation digitale
Accompagnement du déploiement du projet graphique respectant l'accessibilité
Supervision de l'audit technique de la solution digitale
Rédaction du cahier des charges du développement technique ou refonte d'une plateforme e-business innovante et inclusive
Définition des besoins et traduction technique de l'application ou plateforme e-business
Supervision de la décomposition des maquettes graphiques en éléments simples
Pilotage de la conception de la solution digitale (front-end) et inclusive
Sécurisation des bases de données, analyse de la donnée et améliorations
Cadrage du projet de transformation digitale inclusif
Déploiement des opérations webmarketing et communication
Responsabilisation des parties prenantes vis-à-vis du respect de la réglementation en matière de droit numérique et des activités digitales associées

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser la stratégie globale et omnicanale de la structure en s'appuyant sur son contexte de marché et ses enjeux digitaux afin de définir un positionnement innovant pour la structure.
Mettre en œuvre un diagnostic du positionnement de la structure afin de déterminer ses principaux axes d'innovation en matière de marketing digital.
Mettre en œuvre un processus de veille concurrentielle, technique et réglementaire en se basant sur des informations recueillies sur les sites spécialisés, les réseaux sociaux afin d'optimiser la stratégie digitale innovante à mettre en place.
Analyser les comportements des cibles en observant les informations recueillies par les bases de données au moyen d'algorithmes d'intelligence artificielle afin d'adapter la stratégie globale.
Sélectionner des opérations webmarketing et communication inclusives en analysant les usages de la concurrence, les attentes des cibles, les acteurs influents et les objectifs définis afin d'optimiser le flux de visites des media concernés.
Définir les axes stratégiques de marketing en se basant sur le positionnement de la structure afin de bâtir une politique webmarketing et de communication innovante, inclusive et responsable.
Définir le budget du projet de transformation digitale, en évaluant les moyens techniques et humains ainsi que les délais, nécessaires à la réalisation du projet, afin d'obtenir l'adhésion de la hiérarchie.
Identifier et qualifier les prestataires sous-traitants en tenant compte des choix techniques et des objectifs stratégiques de l'entreprise afin de mettre en œuvre le projet de webmarketing et de communication.
Constater les besoins des utilisateurs en termes d'interfaces, en se basant sur les différents canaux de collecte et d'analyse de données, afin de conduire des évaluations selon des critères ergonomiques, d'accessibilité ou de

conformité aux normes et à la réglementation.

Formaliser les résultats de l'analyse des besoins des utilisateurs sous forme de persona afin de définir des groupes cibles.

Définir le parcours utilisateur en s'appuyant sur les objectifs et l'étude de la persona afin d'identifier des améliorations à apporter à l'expérience utilisateur.

Cartographier les expériences cibles au travers des interfaces du site internet, de l'application et des objets connectés afin d'optimiser le parcours utilisateurs.

Définir une identité visuelle et éditoriale en s'appuyant sur la stratégie d'e-influence et d'e-réputation élaborée en amont et prenant en compte l'accessibilité, afin d'accroître la notoriété du produit, du service ou de l'organisation.

Animer les réseaux sociaux, en choisissant les plateformes utilisées par les persona et en y diffusant des informations adaptées et inclusif ciblant le contenu afin d'atteindre les objectifs définis et les KPI fixés, notamment en termes de trafic sur le site internet de l'entreprise.

Développer des partenariats on-line, à partir du réseau et de l'écosystème de la structure, afin d'organiser des événements visant à améliorer l'image de la structure auprès des utilisateurs (e-réputation).

Construire les indicateurs de mesures spécifiques de chaque levier au regard des objectifs et KPI définis, afin d'évaluer la performance des outils marketing et d'ajuster les développements spécifiques nécessaires au projet de transformation digitale.

Suivre les retombées des actions webmarketing et communication menées à partir des outils conçus et en formalisant un reporting afin de mesurer l'impact de la stratégie adoptée.

Définir les seuils de performance (stratégique, de gestion, opérationnel, sociale et environnementale) en s'appuyant sur les tableaux de bord utilisés afin d'assurer et évaluer le suivi d'une opération webmarketing et de communication.

Mettre en œuvre le management de projet en mobilisant et répartissant les ressources nécessaires prenant en compte les situations de handicap, tout en utilisant au quotidien les méthodes agiles, et le cas échéant en communiquant en langues étrangères, afin de répondre au mieux aux objectifs spécifiques du projet webmarketing et communication.

Superviser les équipes techniques et créatives en se référant au cahier des charges avec les parties prenantes afin d'assurer le bon déroulement du projet.

Organiser les plannings et coordonner les équipes webmarketing/communication avec les outils de gestion de projet collaboratif afin de suivre le temps de production ainsi que les budgets, anticiper les risques et assurer la remise des livrables dans les délais fixés.

Mettre en œuvre une démarche de conduite du changement, en s'appuyant sur des outils et une méthodologie spécifique, en définissant les actions de formation nécessaires, le tout en veillant à l'inclusion de toutes les parties prenantes de l'entreprise, afin d'assurer la transformation digitale de l'organisation.

Mettre en place des technologies d'innovation et de disruption relatives au projet défini en se basant notamment sur la politique RSE de la structure afin de déployer le plan de transformation digitale.

Analyser la stratégie de communication visuelle du projet à partir de sa stratégie globale de communication de l'entreprise et des contraintes légales et réglementaires liées au projet digital afin de définir les choix graphiques adaptés aux attentes et idées/concepts de l'organisation.

Superviser le développement du prototypage d'une solution digitale innovante et inclusive à partir des cas d'utilisation et des parcours utilisateurs identifiés afin de valider les choix graphiques retenus.

Superviser la production des éléments graphiques digitaux et textuels en respectant l'identité visuelle, la charte graphique et l'accessibilité afin de garantir une unité graphique et un design fonctionnel et inclusif de la solution digitale innovante.

Analyser la cohérence des éléments graphiques de la solution digitale consécutivement à leur intégration afin d'optimiser le design system (UI), les parcours utilisateurs (UX) du projet digital et répondre aux attentes des utilisateurs.

Superviser l'audit de la solution digitale développée à partir de l'analyse du design system, du parcours utilisateur et du respect de la réglementation afin de valider le projet de transformation digitale ou proposer des axes d'amélioration.

Rédiger le cahier des charges en précisant les objectifs à atteindre, les moyens à mobiliser et les contraintes à respecter (qualité, coût, délai et politique RSE), afin de répondre aux besoins formulés dans le cadre d'une stratégie globale.

Traduire en spécifications techniques les attendus de l'application ou plateforme e-business, conformément aux attendus du cahier des charges, afin de définir l'ensemble des tâches à accomplir.

Définir les contenus de chaque page du site web ou de l'application à réaliser en s'appuyant sur la hiérarchisation des

besoins recensés, en s'assurant de leur accessibilité et cohérence avec les besoins identifiés, en vue d'optimiser le schéma de navigation.

Piloter l'intégration des textes et images en suivant les règles définies en vue de mettre les contenus texte en valeur.

Piloter la conception du site internet, de la plateforme web ou de l'application en analysant la maquette graphique, le schéma de navigation et les contenus afin d'optimiser l'animation des pages et l'accessibilité.

Développer une solution digitale en s'assurant de la sécurisation des données pour développer l'application ou plateforme e-business respectant les orientations stratégiques définies en amont.

Améliorer une solution digitale tout au long de son cycle de vie en développant une ou plusieurs évolutions fonctionnelles afin d'intégrer de nouvelles fonctionnalités et/ou pour répondre à de nouvelles exigences réglementaires.

Définir le cahier des charges du projet webmarketing et communication après avoir déterminé les canaux de communication, les prestataires, les leviers de marketing digital puis en élaborant une arborescence du projet, en identifiant les rubriques, fonctionnalités et en respectant le calendrier des livraisons, le budget et la politique RSE afin d'optimiser le déploiement du projet de transformation digitale inclusif.

Mettre en œuvre les leviers du projet digital en respectant le cahier des charges défini, en créant un tableau de bord d'analyse d'audience afin de déployer les opérations webmarketing et communication.

Gérer son influence sur les réseaux sociaux en s'appuyant sur les codes comportementaux, conversationnels et d'intelligence situationnelle spécifique, afin d'optimiser la stratégie webmarketing de la structure.

Appliquer la réglementation en matière de RGPD et d'accessibilité, de régime de la propriété intellectuelle, du droit à l'image et du droit de la consommation en sensibilisant à chaque étape du projet les différentes parties prenantes afin de garantir le respect des règles juridiques en vigueur.

Blocs de compétences

RNCP36905BC01 — Elaborer une stratégie innovante et inclusive en matière de marketing digitale et communication d'une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la stratégie globale et omnicanale de la structure en s'appuyant sur son contexte de marché et ses enjeux digitaux afin de définir un positionnement innovant pour la structure.

Mettre en œuvre un diagnostic du positionnement de la structure afin de déterminer ses principaux axes d'innovation en matière de marketing digital.

Mettre en œuvre un processus de veille concurrentielle, technique et réglementaire en se basant sur des informations recueillies sur les sites spécialisés, les réseaux sociaux afin d'optimiser la stratégie digitale innovante à mettre en place.

Analyser les comportements des cibles en observant les informations recueillies par les bases de données au moyen d'algorithmes d'intelligence artificielle afin d'adapter la stratégie globale.

Sélectionner des opérations webmarketing et communication inclusives en analysant les usages de la concurrence, les attentes des cibles, les acteurs influents et les objectifs définis afin d'optimiser le flux de visites des media concernés.

Définir les axes stratégiques de marketing en se basant sur le positionnement de la structure afin de bâtir une politique webmarketing et de communication innovante, inclusive et responsable.

Définir le budget du projet de transformation digitale, en évaluant les moyens techniques et humains ainsi que les délais, nécessaires à la réalisation du projet, afin d'obtenir l'adhésion de la hiérarchie.

Identifier et qualifier les prestataires sous-traitants en tenant compte des choix techniques et des objectifs stratégiques de l'entreprise afin de mettre en œuvre le projet de webmarketing et de communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°1 (C1 à C6) : Mise en situation professionnelle

« Proposition d'une stratégie innovante et inclusive des opérations webmarketing »

Epreuve n°2 (C7 à C8) : Etude de cas

« Présentation d'un business plan adaptée à la stratégie digitale »

RNCP36905BC02 — Développer l'image de marque (brand marketing) par la conception d'une expérience utilisateur optimale

LISTE DE COMPÉTENCES

Constater les besoins des utilisateurs en termes d'interfaces, en se basant sur les différents canaux de collecte et d'analyse de données, afin de conduire des évaluations selon des critères ergonomiques, d'accessibilité ou de conformité aux normes et à la réglementation.

Formaliser les résultats de l'analyse des besoins des utilisateurs sous forme de persona afin de définir des groupes cibles.

Définir le parcours utilisateur en s'appuyant sur les objectifs et l'étude de la persona afin d'identifier des améliorations à apporter à l'expérience utilisateur.

Cartographier les expériences cibles au travers des interfaces du site internet, de l'application et des objets connectés afin d'optimiser le parcours utilisateurs.

Définir une identité visuelle et éditoriale en s'appuyant sur la stratégie d'e-influence et d'e-réputation élaborée en amont et prenant en compte l'accessibilité, afin d'accroître la notoriété du produit, du service ou de l'organisation.

Animer les réseaux sociaux, en choisissant les plateformes utilisées par les persona et en y diffusant des informations adaptées et inclusif ciblant le contenu afin d'atteindre les objectifs définis et les KPI fixés, notamment en termes de trafic sur le site internet de l'entreprise.

Développer des partenariats on-line, à partir du réseau et de l'écosystème de la structure, afin d'organiser des événements visant à améliorer l'image de la structure auprès des utilisateurs (e-réputation).

Construire les indicateurs de mesures spécifiques de chaque levier au regard des objectifs et KPI définis, afin d'évaluer la performance des outils marketing et d'ajuster les développements spécifiques nécessaires au projet de transformation digitale.

Suivre les retombées des actions webmarketing et communication menées à partir des outils conçus et en formalisant un reporting afin de mesurer l'impact de la stratégie adoptée.

Définir les seuils de performance (stratégique, de gestion, opérationnel, sociale et environnementale) en s'appuyant sur les tableaux de bord utilisés afin d'assurer et évaluer le suivi d'une opération webmarketing et de communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°3 (C9 à C15) : Etude de cas

« Proposition d'une stratégie marketing media »

Epreuve n°4 (C16 à C18) : Etude de cas

« Définition des indicateurs de rentabilité d'une opération webmarketing »

RNCP36905BC03 — Manager des équipes projet complexes dans un contexte de transformation digitale et d'innovation

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en œuvre le management de projet en mobilisant et répartissant les ressources nécessaires prenant en compte les situations de handicap, tout en utilisant au quotidien les méthodes agiles, et le cas échéant en communiquant en langues étrangères, afin de répondre au mieux aux objectifs spécifiques du projet webmarketing et communication.

Superviser les équipes techniques et créatives en se référant au cahier des charges avec les parties prenantes afin d'assurer le bon déroulement du projet.

Organiser les plannings et coordonner les équipes webmarketing/communication avec les outils de gestion de projet collaboratif afin de suivre le temps de production ainsi que les budgets, anticiper les risques et assurer la remise des livrables dans les délais fixés.

Mettre en œuvre une démarche de conduite du changement, en s'appuyant sur des outils et une méthodologie spécifique, en définissant les actions de formation nécessaires, le tout en veillant à l'inclusion de toutes les parties prenantes de l'entreprise, afin d'assurer la transformation digitale de l'organisation.

Mettre en place des technologies d'innovation et de disruption relatives au projet défini en se basant notamment sur la politique RSE de la structure afin de déployer le plan de transformation digitale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°5 (C19 à C23) :

Mise en situation professionnelle

« Proposition d'une stratégie d'accompagnement du changement du projet de transformation digitale »

RNCP36905BC04 — Bloc optionnel n°1 - Piloter l'optimisation de la communication graphique d'une solution digitale innovante et inclusive

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la stratégie de communication visuelle du projet à partir de sa stratégie globale de communication de l'entreprise et des contraintes légales et réglementaires liées au projet digital afin de définir les choix graphiques adaptés aux attentes et idées/concepts de l'organisation.

Superviser le développement du prototypage d'une solution digitale innovante et inclusive à partir des cas d'utilisation et des parcours utilisateurs identifiés afin de valider les choix graphiques retenus.

Superviser la production des éléments graphiques digitaux et textuels en respectant l'identité visuelle, la charte graphique et l'accessibilité afin de garantir une unité graphique et un design fonctionnel et inclusif de la solution digitale innovante.

Analyser la cohérence des éléments graphiques de la solution digitale consécutivement à leur intégration afin d'optimiser le design system (UI), les parcours utilisateurs (UX) du projet digital et répondre aux attentes des utilisateurs.

Superviser l'audit de la solution digitale développée à partir de l'analyse du design system, du parcours utilisateur et du respect de la réglementation afin de valider le projet de transformation digitale ou proposer des axes d'amélioration.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°6 (C24 à C28) :

Cas pratique

« Présentation d'une stratégie de communication visuelle »

RNCP36905BC05 — Bloc optionnel n°2 - Piloter le développement technique d'une solution digitale ou la refonte d'une plateforme e-business dans le cadre d'un projet de stratégie globale

LISTE DE COMPÉTENCES

Rédiger le cahier des charges en précisant les objectifs à atteindre, les moyens à mobiliser et les contraintes à respecter (qualité, coût, délai et politique RSE), afin de répondre aux besoins formulés dans le cadre d'une stratégie globale.

Traduire en spécifications techniques les attendus de l'application ou plateforme e-business, conformément aux attendus du cahier des charges, afin de définir l'ensemble des tâches à accomplir.

Définir les contenus de chaque page du site web ou de l'application à réaliser en s'appuyant sur la hiérarchisation des besoins recensés, en s'assurant de leur accessibilité et cohérence avec les besoins identifiés, en vue d'optimiser le schéma de navigation.

Piloter l'intégration des textes et images en suivant les règles définies en vue de mettre les contenus texte en valeur.

Piloter la conception du site internet, de la plateforme web ou de l'application en analysant la maquette graphique, le schéma de navigation et les contenus afin d'optimiser l'animation des pages et l'accessibilité.

Développer une solution digitale en s'assurant de la sécurisation des données pour développer l'application ou plateforme e-business respectant les orientations stratégiques définies en amont.

Améliorer une solution digitale tout au long de son cycle de vie en développant une ou plusieurs évolutions fonctionnelles afin d'intégrer de nouvelles fonctionnalités et/ou pour répondre à de nouvelles exigences réglementaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°7 (C29 à C35) : Mise en situation professionnelle

« Réalisation d'un site internet ou plateforme e-business »

RNCP36905BC06 — Bloc optionnel n°3 - Piloter le projet de transformation digitale inclusif par le déploiement des opérations de marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir le cahier des charges du projet webmarketing et communication après avoir déterminé les canaux de communication, les prestataires, les leviers de marketing digital puis en élaborant une arborescence du projet, en identifiant les rubriques, fonctionnalités et en respectant le calendrier des livraisons, le budget et la politique RSE afin d'optimiser le déploiement du projet de transformation digitale inclusif.

Mettre en œuvre les leviers du projet digital en respectant le cahier des charges défini, en créant un tableau de bord d'analyse d'audience afin de déployer les opérations webmarketing et communication.

Gérer son influence sur les réseaux sociaux en s'appuyant sur les codes comportementaux, conversationnels et d'intelligence situationnelle spécifique, afin d'optimiser la stratégie webmarketing de la structure.

Appliquer la réglementation en matière de RGPD et d'accessibilité, de régime de la propriété intellectuelle, du droit à l'image et du droit de la consommation en sensibilisant à chaque étape du projet les différentes parties prenantes afin de garantir le respect des règles juridiques en vigueur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuve n°8 – C36 à C39 : Mise en situation professionnelle

« Rédaction du cahier des charges du projet de développement webmarketing et communication »

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'Expert en stratégie et transformation digitale peut exercer dans les entreprises et organisations de toutes tailles, dans tous les secteurs d'activité, en tant que consultant indépendant.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur marketing / communication / webmarketing
- Directeur du digital / Chief Digital Officer (CDO)
- PDG de cabinet spécialisé en digital
- Responsable / communication / webmarketing
- Responsable éditoriale
- Responsable marketing / communication / webmarketing
- Responsable de l'innovation et de la stratégie web
- Chef de projet digital / webmarketing
- Chef de projet Web et webmarketing
- Chef de projet E-business
- Chef de projet marketing et communication digitale
- Chef de projet trade marketing
- Expert digital
- Expert webmarketing
- Chargé du marketing et communication
- Chef de produit
- Product owner
- Marketeur
- Chargé de trade marketing
- Trafic manager
- Consultant
- Consultant marketing CRM

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier d'Expert en stratégie et transformation digitale n'impose pas de réglementation. Néanmoins, des aspects juridiques et réglementaires s'exercent dans son quotidien (RGPD, Droit à l'image, régime de la propriété intellectuelle, droit de la consommation, handicap, etc.), comme le démontre le référentiel de la certification.

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 924 €

Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique · tension 4/5 (Élevée) M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom · tension 5/5 (Très élevée) 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)	55 899
Jugés difficiles à recruter	40 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom 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

Être titulaire d'une certification de niveau 6 (EU) ou d'un diplôme équivalent ou disposer d'une expérience professionnelle dans le domaine.

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

Le jury de certification est constitué de cinq membres:

Un président extérieur à l'autorité de certification ;

Deux formateurs (qui sont des professionnels du secteur n'ayant aucun lien avec les candidats présentés devant le jury de certification) ;

Deux professionnels extérieurs à l'autorité de 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	6 815 €
Selon la branche	6 815 € – 7 120 €
Prise en charge	Branches concernées
6 815 €	Valeur par défaut · 200 branches
7 120 €	CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité, CPNEF de la presse et des agences de presse, CPNEF inter-secteurs papier carton

6 877 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 115 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 934 €	CPNEFP Import-Export
6 920 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
6 885 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique

Base légale

Date de décision	29/09/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	29/09/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	104	1	100 %	—
2020	97	1	100 %	42 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP27057

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP27057, RNCP30749, RNCP32047, RNCP34019, RNCP34304, RNCP34538, RNCP34577, RNCP34771, RNCP35147

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36905/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	10
Organismes gestionnaires (CFA)	10
Organismes formateurs	10
Régions couvertes	6
Départements couverts	10
Organismes certifiés Qualiopi	10
Sessions	de 02/2025 à 08/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	15
Parcours menés à terme	13
Taux d'achèvement	87 %
Période	10/2023 – 08/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	16
Montant total engagé	51 880 €
Coût moyen par dossier	3 243 €
Durée moyenne	342 h
Période	10/2023 – 09/2025
France compétences	68 %
France Travail	16 %
Reste à charge titulaire	10 %
Entreprise	5 %
OPCO	2 %

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