

Responsable de projet marketing communication

RNCP38605 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312, 320
Formacode(s)	34093, 46301
Code(s) ROME	E1103, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	09/02/2024
Date d'échéance	09/02/2027

Certificateur(s)

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024

CENTRE D ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100066

CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100074

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200022

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200014

Partenaires habilités

8 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 8 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEFI FORMATION	49815719700035	Former et organiser l'évaluation
ADEFI FORMATION	49815719700068	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST	33764282100074	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES	37815351400021	Former et organiser l'évaluation
CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE	75313914600017	Former et organiser l'évaluation
MBA INSTITUTE	50388652500024	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le marketing implique la planification stratégique destinée à promouvoir l'entreprise et ses produits, tandis que la communication fait partie intégrante de l'exécution de la stratégie marketing. La communication est donc un outil du marketing puisque, grâce à ses différentes techniques, elle va permettre de : faire connaître un produit ou un service ; faire apprécier un produit ou un service ; vendre un produit ou un service.

Le Responsable de projet marketing communication décline de façon opérationnelle les décisions prises en étroite collaboration avec la direction ou les axes stratégiques définis par son manager, selon la taille de l'organisation. Responsable de la mise en œuvre des projets marketing communication, il anime des équipes multidisciplinaires, coordonne les ressources et parties prenantes pour la mise en place et le bon déroulement des projets pour lesquels il assure également l'élaboration et le suivi budgétaire. Le tout dans une logique d'écoresponsabilité.

ACTIVITÉS VISÉES

Veille et identification de l'environnement de l'entreprise ou de l'organisation.

Participation à la réalisation d'une analyse stratégique du marché de l'entreprise ou de l'organisation.

Contribution à l'élaboration d'une stratégie marketing communication.

Mise en œuvre et suivi du projet marketing et communication.

Conception de supports de communication avec les différentes parties prenantes.

Mise en place et animation d'un plan média omnicanal.

Identification des structures des coûts.

Élaboration d'un suivi budgétaire du projet.

Suivi de la performance et des résultats.

Encadrement quotidien.

En fonction du bloc de professionnalisation choisi, viennent s'ajouter les activités suivantes :

Marketing digital :

Mise en œuvre d'une campagne web.

Évaluation de la performance de la stratégie de marketing digital.

Événementiel :

Cadrage de l'événement.

Conception et mise en œuvre d'un événement.

Développement d'un nouveau produit :

Définition du concept du nouveau produit et de l'expérience utilisateurs

Lancement d'un nouveau produit et de la communication afférente

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Selon les sources d'études croisées, huit compétences-clés sont attendues dans les métiers du marketing et de la communication

aujourd'hui :

- Veiller (le marché, l'environnement, la prospective, le comportement des consommateurs, les outils et logiciels digitaux)
- Concevoir la stratégie marketing communication
- Réaliser le plan marketing communication (en identifiant les cibles, les canaux de commercialisation, les actions de promotion, les objectifs et résultats ; les actions de communication externes et internes, les canaux de diffusion, les messages clés, les objectifs, les événements pouvant renforcer la notoriété, etc.)
- Développer un produit (de l'idéation à la commercialisation en passant par la définition du cahier des charges, l'éco-conception, la phase de test et le lancement)
- Réaliser une campagne de marketing digital (en identifiant les personas, les canaux et process de diffusion, les messages-clés, le budget et son ROI, etc.)
- Concevoir un événement (en identifiant les objectifs, le cadrage réglementaire et la démarche RSE, le budget, le rétroplanning, la satisfaction à chaud, les retombées en termes de notoriété et de communication, etc.)
- Piloter un budget (en engageant une démarche et un suivi budgétaires des projets marketing communication sur la base de l'enveloppe accordée par la direction dans un esprit de maîtrise des coûts)
- Accompagner/animer des équipes (parties prenantes internes et externes des projets marketing communication dans leur diversité)

En plus de ces compétences-clés, le Responsable de projet marketing communication devra connaître les techniques commerciales de base, être doté d'un bon relationnel (importance des soft skills), maîtriser les outils digitaux et être capable de reporter à sa hiérarchie (le bilan de ses actions, le suivi budgétaire, etc.).

Blocs de compétences

RNCP38605BC01 — Participer à la définition de la stratégie marketing de l'entreprise ou de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser un dispositif de veille informative sur les évolutions du secteur en identifiant des sources, en déterminant un dispositif de recueil, d'analyse et de diffusion des informations, afin de diffuser la veille et de contribuer au développement de l'organisation de l'entreprise en France ou à l'international ;

Réaliser une étude de marché, en recueillant des données par la réalisation d'études documentaires, qualitatives et quantitatives, en identifiant les concurrents, le marché et la cible client afin de déterminer les enjeux, tendances et évolutions du marché sur lequel l'entreprise ou l'organisation est positionnée ;

Réaliser un audit marketing et communication en lien avec les équipes marketing portant sur les forces et faiblesses de l'entreprise ou de l'organisation, et déterminer les besoins et le positionnement stratégique de l'offre au regard du marché grâce à des matrices d'analyse afin d'apprécier les performances globales de la stratégie marketing communication de l'entreprise ;

Contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication en s'appuyant sur les orientations précédemment définies afin de décliner un plan d'actions ;

Élaborer un plan de communication omnicanal utilisant le marketing mix afin de contribuer à la fidélisation des clients et au développement de la visibilité du produit ou de la marque ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38605BC02 — Concevoir et mettre en œuvre un projet marketing communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer le cadrage du projet marketing et communication en analysant la demande du client ou de la direction et en rédigeant un cahier des charges respectueux des enjeux sociétaux et environnementaux ;

Coordonner les parties prenantes du projet marketing et communication en sélectionnant des partenaires alignés avec les valeurs RSE de l'entreprise ou de l'organisation, et en bâtissant une feuille de route spécifiant l'attribution des tâches identifiées aux différents collaborateurs internes et externes intégrant les situations de handicap afin d'atteindre les objectifs fixés ;

Réaliser le suivi du projet marketing et communication en planifiant des temps d'échanges réguliers et des séances de rattrapage ou de correctifs à apporter afin de garantir les bonnes avancées du projet marketing et communication ;

Concevoir des supports de communication répondant à une stratégie cross médias afin de construire une image valorisante et conforme au projet d'entreprise ;

Gérer les relations avec les interlocuteurs externes en négociant avec des prestataires respectueux des normes environnementales, en mettant en place une politique de relations institutionnelles, en concevant des outils de relation presse et en gérant la communication de crise si la situation se présente afin de donner une image responsable à la marque ou l'organisation ;

Concevoir un plan média omnicanal en phase avec les cibles et les objectifs en s'appuyant sur un plan de marketing digital et un plan de marketing d'influence et de relations presse afin d'optimiser la visibilité de l'entreprise ou de l'organisation ;

Assurer la visibilité sur les réseaux sociaux en ligne en optimisant le contenu des média digitaux qui doit être accessible à tous, en choisissant les leviers de communication numériques les plus cohérents avec le plan défini afin de créer et de maintenir les relations auprès des différents interlocuteurs ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle collective (orale) avec remise individuelle d'un retour d'expérience (écrit).

RNCP38605BC03 — Définir et gérer les éléments budgétaires d'un projet marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Estimer et établir la répartition du budget marketing et communication alloué au projet en identifiant les coûts du projet afin d'optimiser les actions et investissements prévus en tenant compte de la responsabilité sociétale de l'entreprise ou de l'organisation ;

Élaborer un suivi budgétaire du projet du projet en sélectionnant les KPI permettant de mesurer l'efficacité financière du plan d'actions par rapport aux objectifs définis et mettre en place des opérations correctives au service de la performance du projet ;

Soumettre la démarche budgétaire à la direction ou au service concerné en s'appuyant sur des tableaux de suivi

budgetaire et en argumentant les différentes positions prises afin de rendre compte du dépassement ou du respect des coûts engagés au niveau du projet via les indicateurs précédemment définis ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38605BC04 — Animer une équipe marketing et communication en mode projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser les tâches, activités et calendriers d'exécution des membres de l'équipe projet marketing et communication en prenant en compte l'adaptation de la mission aux éventuelles situations de handicap, en fonction de leurs compétences et profils et en mettant en place des outils de suivi temporel afin d'atteindre les objectifs fixés ;

Identifier l'atteinte des objectifs en mesurant les écarts et en mettant en œuvre des mesures d'ajustement nécessaires pour assurer une restitution objective à la direction ou au service concerné et garantir le bon déroulé du projet ;

Concevoir un circuit d'information et de communication interne en élaborant des rapports, des notes et des directives accessibles à tous les publics et en déterminant les informations-clefs à transmettre afin de tenir informés les différents services/parties prenantes de l'avancée du projet tout au long de son cycle de vie ;

Fédérer l'équipe marketing en adoptant une posture et une communication adaptées, en intégrant la gestion d'éventuels handicaps et en organisant des temps privilégiés afin de créer une ambiance de travail collectif efficace.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38605BC05 — Concevoir et mettre en œuvre des actions de marketing digital - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les cibles en se basant sur l'audit et les objectifs stratégiques définis en amont dans le but d'approfondir la compréhension des cibles et de les atteindre plus efficacement ;

Déployer une campagne web afin de maximiser la présence numérique de la marque ou de l'organisation ;

Vérifier le contenu des produits en termes d'accessibilité numérique, en s'assurant auprès du service compétent de leur conformité au référentiel général d'amélioration de l'accessibilité, afin de mettre à disposition des contenus accessibles à tous ;

Évaluer la campagne web en mettant en œuvre des mesures d'audience et d'e-réputation, en établissant des techniques d'acquisition du trafic, de référencement et de visibilité sur internet, en construisant des tableaux de rapports d'activités, afin d'optimiser la performance des actions de marketing digital ;

Proposer des correctifs en utilisant le dispositif UX/UI en mesurant le parcours utilisateur, en établissant en équipe le brief permettant de faire designer l'expérience utilisateur et en définissant les actions de promotion du produit ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnel (évaluation individuelle)

RNCP38605BC06 — Concevoir et mettre en œuvre un événement - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les cibles à atteindre lors de l'événement en s'appuyant sur la veille concurrentielle et des études statistiques de façon à orienter les actions de promotion de l'événement et à en optimiser le succès ;

Analyser les contraintes administratives, sanitaires et sécuritaires de l'événement en s'appuyant sur la réglementation propre au secteur d'activité et au lieu envisagé afin de pouvoir sécuriser l'événement ;

Déterminer le canal de diffusion et les modalités de promotion de l'événement en s'appuyant sur les objectifs stratégiques définis en amont par la direction et sur les nouvelles technologies de communication dans le but de répondre aux enjeux de notoriété et de visibilité de la marque, de l'entreprise ou de l'organisation ;

Concevoir un événement en établissant un budget réaliste et adéquat, en réalisant un plan de communication adapté et en réalisant un médiaplanning cohérent afin de valoriser au mieux la marque et l'organisation auprès du public visé ;

Coordonner la mise en place d'un événement en planifiant les tâches des parties prenantes internes et externes, en réalisant une roadmap complète et précise afin d'anticiper les imprévus ;

Mesurer l'efficacité/l'impact de l'événement en analysant son succès, en apportant des correctifs immédiats, et en établissant un bilan afin d'améliorer la prochaine édition éventuelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

RNCP38605BC07 — Concevoir le développement d'un nouveau produit - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les caractéristiques d'un nouveau produit, en s'appuyant sur une veille relative au besoin du domaine visé, en prenant en compte les contraintes de production, en formulant le concept du produit et en élaborant un storytelling afin de présenter un concept innovant, attractif et crédible incluant une notion d'éco-conception ;

Identifier les scénarios de l'expérience utilisateur souhaitée, en concevant, en administrant et en analysant des questionnaires auprès du public ciblé, en allant à sa rencontre et en prenant en compte les situations de handicap potentiels des utilisateurs, afin d'être le plus cohérent avec le positionnement défini et l'expérience utilisateur souhaitée ;

Rédiger le cahier des charges du produit en détaillant le parcours utilisateur et les fonctionnalités du produit, en proposant des arbitrages sur les principaux choix d'architecture du produit, et en valorisant la dimension écologique du produit afin d'en permettre sa conception ;

Mettre en œuvre le lancement du nouveau produit en définissant la segmentation des clients, en évaluant les coûts budgétaires, en établissant un pricing adapté, en déterminant un ou plusieurs circuits de distribution appropriés ainsi que les indicateurs de l'analyse des ventes du produit et en rédigeant un plan de communication, en vue de son déploiement sur le marché ;

Réaliser des phases de test auprès du public en recueillant les avis du public, en identifiant des axes d'amélioration et en proposant des correctifs, afin de valider le déploiement du nouveau produit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnel (évaluation individuelle)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable de projet marketing communication peut donc exercer dans différents types de structures appartenant à tous secteurs économiques possédant leur propre service marketing communication ou bien au sein d'agences externes auxquelles la stratégie marketing et/ou communication est confiée. Selon la typologie et la taille de la structure qui l'emploie, le Responsable de projet marketing communication est rattaché soit à la direction de l'entreprise ou de l'organisation ; soit à la direction ou au département marketing et/ou communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le métier de Responsable de projet marketing communication se décline en plusieurs intitulés non-exhaustifs :

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chef de projet marketing et communication
- Chargé de communication / communication digitale
- Chargé de marketing / marketing digital / projets digitaux
- Community manager

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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le/la candidat.e doit remplir les conditions suivantes :

- Pour une entrée en 1^{ère} année du parcours (Bachelor 1) : Être titulaire d'un baccalauréat (toutes sections), d'un Diplôme d'Accès aux Études Universitaires (DAEU) ou d'un diplôme étranger (niveau 4, Bac ou équivalent)
- Pour une entrée en 2^{ème} année du parcours (Bachelor 2) : Avoir validé 60 ECTS dans un secteur considéré comme identique en termes de compétences à celui de la première année du parcours de formation ou avoir validé 120 ECTS dans un environnement de sciences de gestion, communication...
- Pour une entrée en 3^{ème} année du parcours (Bachelor 3) : Avoir validé 120 ECTS (niveau 5, Bac+2 ou équivalent) dans un environnement de sciences de gestion, communication...

Le candidat choisit son bloc de professionnalisation fonction de son appétence pour l'un des secteurs d'activité proposés. Selon l'année d'entrée dans le cursus, le candidat démontre une première expérience dans le secteur choisi.

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

Il est composé de 5 personnes, et respecte un équilibre femmes-hommes :

- Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;
- Directeur du Titre ;
- 3 professionnels externes du secteur.

Sont considérés comme membres professionnels, les professionnels externes insérés depuis minimum 3 ans dans le périmètre métier du RNCP.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

1 professionnel externe du secteur ;

1 membre de l'organisme de formation.

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	8 400 €
Selon la branche	6 000 € – 9 475 €

Prise en charge	Branches concernées
8 400 €	Valeur par défaut · 165 branches
9 475 €	CPNE Ateliers et chantiers d'insertion, CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE Travail Temporaire, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
7 923 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
9 261 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
7 604 €	CPNE Banque, CPNFPE des sociétés d'assurances
7 600 €	CPNE des métiers du géomètre, CPNEFP de la profession d'économiste de la construction
7 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS)
9 200 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 867 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 549 €	CPN de la branche du Travail mécanique du bois, scieries, négoce et importation des bois
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 151 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 190 €	CNPE des sociétés financières
7 124 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique

Base légale

Date de décision	09/02/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	09/02/2027
Date de dernière délivrance possible	09/02/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	791	0	84 %	68 %
2020	470	0	77 %	76 %
2019	54	0	80 %	97 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36293

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34362, RNCP34413, RNCP34580, RNCP35674, RNCP35752, RNCP35998, RNCP36293, RNCP36487, RNCP36609, RNCP36877, RNCP37006, RNCP37786

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38605/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	9 990 €
Durée	1211 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 06/2027

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