

Chef de projet digital

RNCP39602 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320p, 326p
Formacode(s)	31054, 46339, 46347
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1703, M1705, M1805
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/10/2024
Date d'échéance	01/10/2026

Certificateur(s)

ECAD CONSULTANTS · SIRET : 33115405400117
<https://www.iesa.fr/>

Partenaires habilités

20 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 18 à former et organiser l'évaluation et 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADG	52004190600048	Former
CCIL GRAND LILLE CEPRECO	13002271800188	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE REGION HAUTS-DE-FRANCE	13002271800014	Former et organiser l'évaluation
CIFAP CENTRE INTERNATIONAL DE FORMATION AUDIOVISUELLE ET DE PRODUCTION	41317641300024	Former et organiser l'évaluation
DIGITAL CAMPUS-ESARC-ESG SPORT LYON	75253547600440	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600150	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600366	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600309	75253547600309	Former et organiser l'évaluation
ESGCV NANTES	75253547600416	Former et organiser l'évaluation
ESG / ESARC EVOLUTION	75253547600465	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 20 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp39602-chef-de-projet-digital/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le chef de projet digital occupe un poste clé au sein d'une entreprise. Il est chargé de définir et déployer de A à Z des projets digitaux (création de site internet, de campagnes publicitaires en ligne, de produits logiciels, de contenus multimédias, etc.) dans le but d'accroître l'image de marque de l'entreprise pour laquelle il travaille. Son rôle principal est de coordonner les différentes étapes du projet, de la planification à la mise en œuvre, en veillant à la qualité du livrable ainsi qu'au respect des coûts et délais. En tant que coordinateur, il est également chargé de superviser ses équipes et de jouer le rôle de facilitateur entre les différents acteurs du projet.

Selon la nature du projet digital pour lequel il exerce, ses missions peuvent varier.

Le professionnel

pourra avoir la charge de la stratégie e-commerce, la stratégie de communication digitale, ou le développement d'interface de produit.

Les besoins en compétences du marché évoluent, et permettent de répondre aux enjeux du secteur actuels et futurs. L'essor de l'e-commerce, le marketing d'influence ou encore, l'importance de l'expérience utilisateur sont des domaines demandeurs de profils experts. De ce fait, les entreprises s'intéressent de plus en plus aux profils spécialisés. En termes de besoins en talents dans le domaine du numérique, le métier de Chef de projet digital apparaît en 1ère position avec 7565 postes à pourvoir selon la Grande Ecole du Numérique.

C'est pourquoi, la certification "Chef de projet digital" comporte en complément des compétences fondamentales, trois options de spécialisation. La stratégie de développement de l'interface produit, la stratégie en e-commerce et la stratégie de communication digitale.

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre de son exercice, le chef de projet digital est amené à réaliser différentes activités qui peuvent varier selon sa spécialisation et/ou domaine dans lequel il évolue.

La certification vise les activités suivantes :

Définition du projet digital

Réalisation d'une veille stratégique
sur le secteur digital

Analyse du besoin client

Organisation de session d'idéation

Définition de la phase de cadrage du projet

Conception et production du projet digital

Formalisation du cahier des charges de la production de la solution

Élaboration des persona et des parcours utilisateurs

Conception d'un parcours transactionnel

Réalisation des maquettes fonctionnelles

Déploiement d'une stratégie marketing digital

Définition de la stratégie de marketing digital

Pilotage des campagnes publicitaires digitales

Mesure de la performance du marketing digital

Pilotage du projet digital

Définition du processus de pilotage du projet

Supervision et coordination d'une équipe pluridisciplinaire

Amélioration continue et clôture d'un projet digital

Gestion de la performance et de la conformité de la solution digitale

Conformité de la réalisation de la solution digitale

Recueil et analyse de données d'efficacité clés

Maintien d'une solution digitale pérenne et évolutive

Selon la spécialisation choisie :

Développement d'une stratégie de communication digitale

Conception d'un calendrier éditorial

Mise en place

de partenariats avec des influenceurs

Coordination ou production de contenu digital

Gestion d'une communauté sur les réseaux sociaux
Développement d'interface de produit (UX/UI)
Définition des spécifications de développement produit en collaboration avec les équipes support
Développement de l'expérience utilisateur
Définition et mise en œuvre d'une stratégie e-commerce
Définition de la stratégie de vente e-commerce
Gestion des plateformes e-commerce
Optimisation de la performance des plateformes e-commerce

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification vise les compétences suivantes :

Mener une veille constante sur les évolutions, les tendances du marché et les bonnes pratiques du secteur digital
Analyser les besoins du client
Organiser des sessions d'idéation
Cadrer le périmètre du projet
Définir le cahier des charges du projet digital
Définir les persona et les parcours utilisateurs
Créer un parcours transactionnel
Concevoir l'aspect fonctionnel et éditorial d'un site
Réaliser un diagnostic de la présence digitale de l'entreprise
Elaborer une stratégie marketing digitale globale
Piloter l'ensemble des campagnes publicitaires online
Analyser les données de performance marketing digital
Elaborer le plan de pilotage du projet digital
Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
Coordonner la mise œuvre du projet
Implanter un processus d'évaluation continue
Évaluer la performance de l'équipe
Évaluer la conformité de la solution digitale
Collecter et analyser les données pertinentes pour évaluer l'efficacité des campagnes
Maintenir le bon fonctionnement de la solution digitale
Selon la spécialisation choisie
Développement d'une stratégie de communication digitale
Élaborer un calendrier éditorial
Identifier et sélectionner des influenceurs
Coordonner la production ou produire du contenu digital attractif
Animer une communauté des utilisateurs sur les réseaux sociaux
Développement d'interface de produit (UX/UI)
Développer l'ergonomie et l'identité visuelle d'une solution digitale
Optimiser le processus de développement de la solution
Assurer le suivi de l'évolution de la solution
Définition et mise en œuvre d'une stratégie e-commerce
Elaborer une stratégie de vente en ligne
Gérer l'activité des plateformes e-commerce
Optimiser la performance des plateformes e-commerce

Blocs de compétences

RNCP39602BC01 — Définir le projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Mener une veille constante sur les évolutions, les tendances du marché et les bonnes pratiques du secteur digital en utilisant des outils de collecte et d'organisation de l'information de manière se tenir informé des actualités et nouveaux usages autour du digital
Analyser les besoins du client à partir des échanges et d'une documentation (brief, appel d'offre, cahier des charges ou expression de besoin, etc.) en identifiant précisément les besoins réels et exigences spécifiques du projet digital,

dans le but de planifier l'exécution du projet

Organiser des sessions d'idéation incluant le commanditaire et les utilisateurs en s'appuyant sur des outils et méthodes d'idéation centrées utilisateur dans le but de faire émerger les besoins éditoriaux, ergonomiques et fonctionnels

Cadrer le périmètre du projet en collaboration avec l'équipe projet et le client, en formalisant la portée du projet et sa dimension technique afin de délivrer, auprès des sponsors et financeurs, une estimation des charges et des délais nécessaires à la réalisation du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la définition d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus.

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC02 — Concevoir et produire un projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir le cahier des charges du projet digital en définissant clairement les objectifs, les échéances et les étapes intermédiaires afin de lancer la production du projet

Définir les persona et les parcours utilisateurs en mettant en pratique les méthodologies propres à la recherche utilisateur afin de détecter les attentes, usages et besoins des futurs utilisateurs du projet

Créer un parcours transactionnel en s'appuyant sur des outils et méthodes d'optimisation d'expérience utilisateur afin de répondre aux objectifs d'acquisition ou de fidélisation du commanditaire

Concevoir l'aspect fonctionnel et éditorial d'un site via la réalisation d'une arborescence et de prototypes visuels à l'aide d'outils spécifiques de manière à garantir les normes d'usabilité, répétabilité et d'accessibilité digitale à tous types de publics (handicap...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la conception et la production d'une solution digitale, le candidat élabore plusieurs rendus

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC03 — Déployer une stratégie de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser un diagnostic de la présence digitale de l'entreprise en évaluant son positionnement dans l'écosystème digitale et en procédant à une étude de marché (concurrence, public cible)

afin d'augmenter sa visibilité et de développer sa proposition de valeur

Elaborer une stratégie marketing digitale globale en activant les leviers adaptés (SEO, SEA, mailing, etc.)

et en planifiant les actions, au besoin en collaboration avec les équipes de marketing, de manière à maximiser le retour sur investissement du projet

Piloter l'ensemble des campagnes publicitaires online en cohérence avec les audiences cibles de manière à augmenter la visibilité, le trafic et les conversions des internautes

Analyser les données de performance marketing digital en utilisant des outils d'analyse web, en générant des rapports détaillés, afin de faciliter la prise de décision pour l'amélioration de l'efficacité de la stratégie marketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : À partir d'un cas réel ou fictif portant sur la mise en œuvre de la stratégie marketing

digital auprès des cibles, le candidat présente le diagnostic réalisé

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC04 — Piloter un projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer le plan de pilotage du projet digital en s'appuyant sur une méthode de gestion de projet agile et en tenant compte des besoins, objectifs et caractéristiques du client

de manière à garantir une gestion de projet efficace

Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital en identifiant les composantes clés du projet en hiérarchisant les tâches et en définissant les jalons sur la base des principes d'itération, afin de répondre aux besoins changeants des utilisateurs

Coordonner la mise œuvre du projet en définissant les rôles des parties prenantes ainsi que les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés afin d'optimiser la performance des équipes

Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet, sur la base d'une revue, en maximisant l'implication du client afin de gérer efficacement la phase de clôture du projet digital

Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital sur la base d'un tableau de bord, et en mettant en place un système de communication régulier et adapté à l'aide d'outils de pilotage et de collaboration afin de maintenir un degré de compétences à la hauteur des besoins du projet

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : À partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur le pilotage d'un projet digital, le candidat élabore plusieurs rendus

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC05 — Gérer la performance et la conformité de la solution digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer la conformité de la solution digitale, selon la méthode de projet choisie (cascade et/ou agile), en formalisant le recettage de manière à détecter des éventuelles dysfonctionnements ou faiblesses de la solution digitale

Collecter et analyser les données pertinentes pour évaluer l'efficacité des campagnes et des initiatives digitales en utilisant des outils d'analyse et des techniques d'IA de manière à fournir des insights précieux en vue de l'optimisation des campagnes de projets

Maintenir le bon fonctionnement de la solution digitale (site internet, application ou logiciel) en mettant en place un outil d'administration et de maintenance (préventive, corrective ou évolutive) à destination du client de manière à garantir l'évolutivité et la pérennité de la solution digitale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

A partir d'une documentation réelle ou fictive portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la conformité de la solution digitale, le candidat élabore une stratégie de collecte et d'analyse de données

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC06 — Développer une stratégie de communication digitale (spécialisation)

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un calendrier éditorial permettant d'organiser la publication de contenu de manière régulière et cohérente, en tenant compte des événements clés, des campagnes et les périodes stratégiques dans le but de planifier efficacement le contenu déployé.

Identifier et sélectionner des influenceurs alignés avec les valeurs et l'audience de la marque en effectuant une veille sur les réseaux sociaux afin de d'amplifier l'engagement des campagnes marketing

Coordonner la production ou produire du contenu digital attractif et de qualité tels que des articles, des vidéos, des infographies ou autre en s'appuyant sur des informations fiables et des techniques de storytelling dans le but de renforcer la présence en ligne

Animer une communauté des utilisateurs sur les réseaux sociaux en répondant aux commentaires, en animant des discussions afin de favoriser l'engagement et la fidélisation de la communauté envers les produits et solutions proposés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif portant sur le développement d'une stratégie de marketing d'influence, le candidat procède à l'élaboration de plusieurs rendus.

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC07 — Développer une interface de produit UX/UI (spécialisation)

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer l'ergonomie et l'identité visuelle d'une solution digitale (site internet, application, logiciel) en modélisant les nouvelles fonctionnalités et la composition des éléments graphiques (design d'interface) afin de faciliter son usage et son évolutivité

Optimiser le processus de développement de la solution avec les équipes techniques, développeurs et business développement en traduisant les besoins fonctionnels des utilisateurs en représentations visuelles et en caractérisant le parcours utilisateurs au moyen d'un prototype afin de l'adapter de manière continue aux nouveaux besoins clients

Assurer le suivi de l'évolution de la solution en mettant en place un système de remontée des demandes utilisateurs et/ou de détection de problématiques afin de procéder aux mesures correctives et adaptatives de la solution et assurer une expérience utilisateurs optimale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique :

À partir d'un cas réel ou fictif portant sur une problématique de développement de l'expérience utilisateurs, le candidat doit proposer des mesures évolutives de l'ergonomie et visuelle d'une solution digitale existante

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

RNCP39602BC08 — Définir et mettre en œuvre d'une stratégie e-commerce (spécialisation)

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer une stratégie de vente en ligne en accord avec les objectifs stratégique de l'entreprise en mettant en place un plan d'actions marketing spécifiques au e-commerce de manière à optimiser la visibilité et les ventes sur les plateformes e-commerce.

Gérer l'activité des plateformes e-commerce en déployant des solutions techniques adaptés (CMS, plateformes de paiement, etc.) tout en garantissant la protection des données de manière à assurer le bon fonctionnement des plateformes e-commerce.

Optimiser la performance des plateformes e-commerce en implémentant des techniques d'optimisation des ressources et du code de manière à offrir une expérience utilisateur réussie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat élabore un plan d'actions marketing spécifiques au e-commerce

Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat présente une solution e-Commerce existante

Cas pratique : A partir d'un cas réel ou fictif sur la stratégie de vente e-commerce d'un produit ou d'un service, le candidat formalise des recommandations pour améliorer la performance des plateformes.

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités d'évaluation, veuillez télécharger le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le chef de projet digital peut exercer dans n'importe quelle entreprise ou structure, quel que soit son domaine d'activité ou sa taille. Généralement, le professionnel évolue dans les types d'entreprises suivantes :

En agence de communication, agence de marketing ou agence digitale : il travaille dans ce cas sur des projets client, sur une durée de plusieurs mois généralement ;

Chez un annonceur : il travaille sur des lancements de produits/services, sur des opérations de communication de grande taille ;

En grande entreprise : il travaille sur des projets internes de sites web, de mise en place de système d'information et doit piloter d'importants aspects liés aux ressources humaines (résistance au changement, formation aux outils numériques) ;

En PME : il est souvent la personne porteuse de la connaissance du numérique, en charge de la mise en place d'un site web, de la gestion des médias sociaux, du lancement d'un produit, de la mise en place des systèmes d'information en interne et fait ainsi souvent office de correspondant informatique auprès des salariés.

Il est aussi possible de s'installer à son compte (freelance) et de travailler à la mission. En tant qu'indépendant, il interviendra majoritairement sur des projets de courte durée, ponctuels et qui auront rarement une récurrence dans le futur.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le métier peut également être désigné sous les intitulés suivants (liste non exhaustive) :

- Chef de projet digital
- Chef de projet e-commerce
- Chef de projet communication digital
- Consultant SEO/SEA/web
- Chef de projet marketing digital
- Chef de projet marketing et influence
- Chef de projet UI/UX
- Product owner

Avec une expérience opérationnelle de 5 à 10 ans, le professionnel pourra évoluer vers les postes suivants :

- Online marketing manager
- Head of e-commerce
- Chief Digital Officer

En outre, le professionnel peut s'installer à son compte en tant que consultant (SEO/SEA, stratégie digitale, marketing digital, communication de marque, etc.) et ainsi proposer des prestations de conseil en chefferie de projet digital.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

/

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)	2 957 €
Familles professionnelles (FAP)	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) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	42 675
Jugés difficiles à recruter	44 %
Emplois saisonniers	4 %

Familles professionnelles (FAP)

M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique
M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom
R1X68 — Employés des services commerciaux
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En formation initiale

Entrée en 1ère année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Entrée en 2ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé 60 crédits ECTS dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

Entrée en 3ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Pour un cursus en 2 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé 60 crédits ECTS dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

Pour un cursus en 1 an :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

En formation continue

Cas 1 : Entrée avec un niveau 5 (Bac+2)

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.
- Ou Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum

Cas 2 : Entrée avec un niveau 4

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

En formation initiale

En cas d'intégration en 1ère année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En cas d'intégration en 2ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

En cas d'intégration en 3ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation

- Et avoir effectué un cursus de formation de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Pour un cursus en 2 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Pour un cursus en 1 an :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En formation continue

Cas 1 : entrée avec un niveau 5 (Bac+2)

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Cas 2 : entrée avec un niveau 4

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...).

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

Le jury est composé de 4 membres dont 50% de professionnels :

- Le directeur de l'école
- Un responsable pédagogique ou enseignant
- Deux professionnels externes, exerçant dans le métier visé

La parité employeur/salarié est contrôlée.

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	7 566 €
Selon la branche	6 000 € – 7 931 €
Prise en charge	Branches concernées
7 566 €	Valeur par défaut · 182 branches
7 931 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Publicité, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire, CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
7 430 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNEFP des industries charcutières

7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 570 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
7 000 €	CPNE chimie, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
7 928 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 657 €	CPNEFP Import-Export
7 635 €	CPNEFP Commerce à distance
7 609 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 556 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
7 522 €	CPNE des Télécoms
7 500 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 480 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 210 €	CPNEFP Professions de la Photographie
7 200 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 809 €	CPNE Travail Temporaire
6 800 €	CPNE Banque
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	01/10/2024
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/10/2026
Date de dernière délivrance possible	01/10/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	401	1	86 %	—
2021	296	0	78 %	75 %
2020	303	0	79 %	71 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP34167

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42627

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.digital-campus.fr/formation/bachelor-product-owner>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39602/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	9
Organismes gestionnaires (CFA)	4
Organismes formateurs	5
Régions couvertes	4
Départements couverts	4
Organismes certifiés Qualiopi	5
Formations à distance	4
Sessions	de 10/2024 à 08/2029

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	268
Parcours menés à terme	121
Taux d'achèvement	45 %
Période	11/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	282
Montant total engagé	760 814 €
Coût moyen par dossier	2 698 €
Durée moyenne	110 h
Période	10/2024 – 08/2026
France compétences	88 %
France Travail	6 %
Reste à charge titulaire	3 %
OPCO	3 %
Entreprise	0 %

