

Diplôme d'études supérieures en communication multimedia (DESCM)

RNCP39676 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	320, 320t, 323
Formacode(s)	46301, 44527, 46003
Code(s) ROME	E1101, E1104, E1402, E1103, E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

EXCELIA GROUP · SIRET : 34876850800015

<https://www.excelia-group.com>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur du numérique, avec une croissance de 2,4 % en 2023 et une augmentation de 5,6 % dans la communication digitale, connaît une forte demande pour les métiers créatifs. Ces dernières années, des rôles comme UX/UI Designers et Design Managers se sont développés, exigeant des compétences en gestion de projet et une approche centrée sur l'utilisateur. Les entreprises recherchent de plus en plus des profils hybrides qui allient créativité et expertise technique.

Dans ce contexte, le chargé de communication multimédia accompagne les organisations d'une part dans la création, gestion et promotion de leur identité visuelle et numérique et d'autre part, dans leurs stratégies d'innovation en communication. Grâce à son esprit créatif et entrepreneurial, il contribue à la transformation des organisations en adéquation avec les enjeux sociétaux et environnementaux de leur temps.

Deux secteurs professionnels dans la communication multimédia sont visés : stratégie de communication ; création multimédia et communication graphique.

ACTIVITÉS VISÉES

- Utilisation des outils numériques pour la conception graphique, la communication et la collaboration à distance
- Acquisition, traitement, production et diffusion d'informations dans le respect des contraintes de sécurité et de protection des données
- Analyse et synthèse de données pour documenter une prise de décision ou étayer une argumentation
- Identification et sélection des sources d'informations fiables dans le secteur communication numérique
- Communication à l'écrit et à l'oral en français et en anglais au niveau professionnel
- Identification des champs professionnels visés et construction d'un projet personnel professionnel
- Réalisation de missions professionnelles en équipe et en réseau dans le respect de la RSE et avec la prise en compte des situations de handicap
- Analyse réflexive et auto-évaluation de sa propre performance professionnelle
- Veille socio-économique, identification des outils et méthodes
- Benchmark des nouveaux outils et des nouvelles technologies de communication numérique
- Contribution à l'élaboration d'une stratégie de marque et d'un plan de communication multi-canal

- Développement et conduite d'un projet de communication en mode agile ou classique
- Conception et réalisation d'un univers graphique pour une marque, un produit ou un service
- Maquettage de l'expérience utilisateur et conception et réalisation d'une interface
- Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de référencement
- Conception et mise en place d'indicateurs de performance pour évaluer les actions de communication
- Création et publication de contenus communicationnel sur supports numériques
- Contribution à la défense de la réputation numérique d'une marque

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales? :

- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe
- Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
- Développer une argumentation avec esprit critique
- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française pour communiquer efficacement Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs
- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

Compétences spécifiques? :

- Effectuer une veille socio-économique pour identifier et caractériser les nouvelles tendances et les nouveaux moyens de communications adaptés et accessibles à tous les publics (y compris les personnes en situation de handicap)
- Conduire une étude d'opportunité pour évaluer le potentiel d'impact communicationnel d'une nouvelle technologie numérique (réalité virtuelle, augmentée et étendue, intelligence artificielle) en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion
- Proposer un positionnement et une stratégie de communication pour développer l'image de marque auprès des publics cibles
- Élaborer un plan d'action de communication inclusif et éthique en intégrant une réflexion multicanale
- Participer à la définition des objectifs liés au plan de communication pour suivre la performance de chaque action à travers chaque canal
- Contribuer à la conception de la ligne éditoriale et des principaux messages ou contenus communicationnels dans un environnement multicanal en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion
- Identifier et caractériser le besoin d'un commanditaire pour élaborer un cahier des charges fonctionnel
- Conduire le projet en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et en mobilisant les outils et méthodes appropriés (Outil d'organisation d'un projet : diagramme de GANTT) pour produire les livrables au niveau de qualité, délais et prix attendus
- Interpréter un cahier des charges fonctionnel et technique pour définir les modalités de réalisation d'un projet de communication
- Réaliser des maquettes numériques à différents stades de développement pour orienter le client dans ses choix
- Proposer une sélection des prestataires externes et des intervenants internes, en se basant sur des critères éthiques et de responsabilité, afin d'atteindre les objectifs du client
- Analyser l'actif de marque pour définir en lien avec le client un univers graphique correspondant à son besoin
- Élaborer une charte graphique avec un commanditaire pour concevoir et réaliser de nouveaux supports de communication
- Concevoir l'univers graphique numérique d'un produit, service ou marque, intégrant les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et aussi les évolutions du règlement général sur la protection des

données (RGPD), en mobilisant sa créativité et les outils de traitement d'image

- Réaliser ou faire réaliser des maquettages numériques en intégrant les contraintes techniques, ergonomiques, ainsi que l'accessibilité et l'expérience utilisateurs
- Superviser le développement d'un prototype pour présenter et argumenter ses choix en termes d'univers graphique et d'expérience clients
- Mettre en œuvre une stratégie de communication d'optimisation du référencement pour maximiser le trafic numérique lié à une marque ou un produit, en utilisant des outils basés sur l'intelligence artificielle
- Mettre en place une communication accessible à tous les publics sur les réseaux sociaux et augmenter la visibilité d'une marque ou d'un produit
- Suivre l'impact de différentes actions de communication en mobilisant les indicateurs et les outils d'analyse de trafic
- Publier des contenus et des narratifs créatifs pour attirer, capter et fidéliser de nouveaux prospects- clients sur le web
- Mettre en œuvre un dispositif d'alerte pour détecter toute anomalie et veiller à la réputation numérique de la marque en répondant aux attentes des utilisateurs

Blocs de compétences

RNCP39676BC01 — Utiliser les outils numériques de référence

LISTE DE COMPÉTENCES

Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Atelier collaboratif

Une réplique d'agence de communication numérique est mise en place. Cette reconstitution d'un environnement à l'état de l'art des pratiques professionnelles permet aux apprenants de manipuler individuellement les outils logiciels de traitement, de production et de diffusion d'information, en particulier dans les domaines suivants :

1. Création graphique
2. Communication et relation clients
3. UX (Expérience utilisateur) /UI (Interface utilisateur)
4. Gestion des réseaux sociaux
5. Outils bureautiques et collaboratifs

Évaluation

Les apprenants préparent en binôme des réalisations (maquettes, posters infographiques...) qu'ils présentent à l'oral à un jury professionnel

RNCP39676BC02 — Exploiter des données à des fins d'analyse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
- Développer une argumentation avec esprit critique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de recherche et conception

Ce projet vise à développer l'autonomie de pensée, l'esprit critique et la prise d'initiative. Ce projet est réalisé individuellement et fait l'objet d'un rendu qui doit comporter notamment les éléments suivants :

1. Identification et qualification des sources d'information scientifiques, professionnelles et sectorielles : création, sciences de la communication et communication numérique
2. Veille métiers, art et technologie
3. Analyse et synthèse mettant en exergue les innovations, les évolutions et les tendances du secteur
4. Recueil et analyse de données selon les méthodes de recherche admises
5. Identification d'une problématique transcrite en cahier des charges créatif
6. Réponse à la problématique par la réalisation d'un livrable créatif

Évaluation

Chaque apprenant produit un rapport, selon les critères communiqués par l'école.

RNCP39676BC03 — S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mission en entreprise

La dernière année du cursus inclut une mission longue en entreprise. À cette occasion, les capacités relationnelles et communicationnelles à l'écrit ainsi qu'à l'oral sont éprouvées en milieu professionnel.

Évaluation

Chaque candidat rédige et soutient devant un jury un rapport de mission en partie en langue anglaise.

RNCP39676BC04 — Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Sessions immersives en milieu professionnel

Des sessions immersives en milieu professionnel sont organisées durant les 3 années du cursus.

Les objectifs poursuivis de ces sessions se partagent en grands thèmes, dont :

1. Découverte et caractérisation de l'écosystème communication-crédation-numérique sur le territoire.
2. Identification des compétences requises dans les métiers de la communication et de la création en environnement numérique.
3. Auto-évaluation de l'acquis par rapport au requis du marché, analyse des écarts.
4. Maturation et valorisation du projet personnel et professionnel au contact des acteurs professionnels.

Évaluation

Les candidats produisent un rapport d'immersion individuel écrit et défendu à l'oral devant un jury.

RNCP39676BC05 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mission en entreprise

La dernière année du cursus comporte une mission longue en entreprise dédiée à la mise en pratique des savoirs acquis par le candidat dans le domaine de la communication, de la création digitale et de la RSE, tels que :

1. Identification de l'état de l'art de l'entreprise dans son environnement
2. Analyse des écarts entre les pratiques en entreprise et l'état de l'art des outils de communication numérique
3. Travail en équipe, en réseau et en autonomie
4. Mise en œuvre de techniques spécifiques pour améliorer la visibilité de la marque sur le web
5. Analyse de la marque selon des critères de performance RSE

Évaluation

Les candidats produisent un rapport de mission individuel écrit et défendu à l'oral devant un jury.

RNCP39676BC06 — Contribuer à la conception d'une stratégie de marque et d'un plan de communication multicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

- Effectuer une veille socio-économique pour identifier et caractériser les nouvelles tendances et les nouveaux moyens de communications adaptés et accessibles à tous les publics (y compris les personnes en situation de handicap)
- Conduire une étude d'opportunité pour évaluer le potentiel d'impact communicationnel d'une nouvelle technologie numérique (réalité virtuelle, augmentée et étendue, intelligence artificielle) en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion
- Proposer un positionnement et une stratégie de communication pour développer l'image de marque auprès des publics cibles
- Élaborer un plan d'action de communication inclusif et éthique en intégrant une réflexion multicanale
- Participer à la définition des objectifs liés au plan de communication pour suivre la performance de chaque action à travers chaque canal
- Contribuer à la conception de la ligne éditoriale et des principaux messages ou contenus communicationnels dans un environnement multicanal en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Webographie-bibliographie professionnelles

L'établissement d'une webographie et d'une bibliographie doit permettre d'alimenter une connaissance approfondie des sources d'information, des outils, méthodes et tendances de la communication numérique, notamment :

- Recenser l'ensemble des blogs et forums d'influence internet traitant du sujet
- Sélectionner des revues professionnelles dans ce domaine
- Classifier et présenter les différentes sources d'informations
- Faire ressortir les tendances du marché au moment de l'exercice
- Évaluer les nouveaux outils et méthodes de communication

Évaluation :

La webographie-bibliographie fait l'objet d'un rendu écrit individuel. Elle est examinée par un enseignant du domaine.

Challenge Agence

Par groupe, l'ensemble des apprenants est mis en compétition pour répondre à un besoin lié à une refonte de la stratégie de communication d'un professionnel. Organisé en mini-agence, chaque groupe d'apprenants est accompagné par au moins un enseignant professionnel pour l'élaboration de sa proposition.

L'objectif est de faire travailler les apprenants sur la stratégie de communication (plan de communication, plan médias, stratégie réseaux sociaux, stratégie web, graphique et/ou print...). À la suite des présentations, le client choisit une proposition qui sera lauréate de ce concours d'agence.

Évaluation

À la fin de l'exercice, les recommandations font l'objet d'un rendu écrit et d'une présentation orale.

RNCP39676BC07 — Développer et conduire un projet de communication multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et caractériser le besoin d'un commanditaire pour élaborer un cahier des charges fonctionnel
- Conduire le projet en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et en mobilisant les outils et méthodes appropriés (Outil d'organisation d'un projet : diagramme de GANTT) pour produire les livrables au niveau de qualité, délais et prix attendus
- Interpréter un cahier des charges fonctionnel et technique pour définir les modalités de réalisation d'un projet de communication
- Réaliser des maquettes numériques à différents stades de développement pour orienter le client dans ses choix
- Proposer une sélection des prestataires externes et des intervenants internes, en se basant sur des critères éthiques et de responsabilité, afin d'atteindre les objectifs du client

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Stage de 2e année – Projet tutoré

Le stage de 2e année prévoit la participation à la conduite d'au moins un projet couplant communication et création numérique. Durant ce projet, les candidats sont amenés à participer à :

1. L'identification et la caractérisation du besoin
2. La transcription du besoin dans un cahier des charges fonctionnel

3. Utilisation d'un outil de gestion de projet
4. La mise en œuvre des techniques de communication multimédia

Évaluation

À la fin de l'exercice, un rapport écrit est produit par le candidat et évalué par un enseignant.

Atelier - mission de conseil

Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel qui leur soumet un besoin couplant communication et design. Les équipes sont chargées de :

1. Interpréter le besoin fonctionnel du commanditaire
2. Maquetter des livrables qui répondent au besoin
3. Recueillir les remarques du commanditaire

L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes (budget, RH, temps...), un livrable au professionnel (start-up, entreprise, association, institution...) au plus proche de son besoin.

Évaluation

À la fin de l'exercice, les livrables font l'objet d'un rendu écrit et d'une présentation orale.

RNCP39676BC08 — Concevoir et réaliser l'univers graphique d'un produit, d'un service ou d'une marque

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser l'actif de marque pour définir en lien avec le client un univers graphique correspondant à son besoin
- Élaborer une charte graphique avec un commanditaire pour concevoir et réaliser de nouveaux supports de communication
- Concevoir l'univers graphique numérique d'un produit, service ou marque, intégrant les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et aussi les évolutions du règlement général sur la protection des données (RGPD), en mobilisant sa créativité et les outils de traitement d'image
- Réaliser ou faire réaliser des maquettings numériques en intégrant les contraintes techniques, ergonomiques, ainsi que l'accessibilité et l'expérience utilisateurs
- Superviser le développement d'un prototype pour présenter et argumenter ses choix en termes d'univers graphique et d'expérience clients

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Semaine Studio

La semaine Studio est une immersion en situation professionnelle dans une agence de communication numérique reconstituée à l'état de l'art des pratiques professionnelles.

Chaque groupe d'apprenants est destinataire d'au moins 2 commandes de travaux qu'il doit réaliser en temps limité dans les conditions similaires à celles rencontrées en milieu professionnel.

Les apprenants sont encadrés pour planifier et réaliser leur travail.

Évaluation

Les apprenants préparent des propositions, des réalisations sous forme de maquettes et des budgets qu'ils présentent à l'oral à un jury professionnel.

Atelier – mission de conseil

Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel qui leur soumet un besoin. Les équipes sont chargées de :

1. Interpréter le besoin du client
2. Maquetter des livrables d'interfaces qui répondent au besoin
3. Recueillir les remarques du client
4. Présenter le prototype

L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes (technique, ergonomique, ...), un livrable pour le professionnel (start-up, entreprise, association, institution...) au plus proche de son besoin.

Évaluation

À la fin de l'exercice, les livrables sont évalués par un jury.

RNCP39676BC09 — Gérer et optimiser la communication numérique

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mettre en œuvre une stratégie de communication d'optimisation du référencement pour maximiser le trafic numérique lié à une marque ou un produit, en utilisant des outils basés sur l'intelligence artificielle
- Mettre en place une communication accessible à tous les publics sur les réseaux sociaux et augmenter la visibilité

d'une marque ou d'un produit

- Suivre l'impact de différentes actions de communication en mobilisant les indicateurs et les outils d'analyse de trafic
- Publier des contenus et des narratifs créatifs pour attirer, capter et fidéliser de nouveaux prospects- clients sur le web
- Mettre en œuvre un dispositif d'alerte pour détecter toute anomalie et veiller à la réputation numérique de la marque en répondant aux attentes des utilisateurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel

Ce projet individuel vise à encourager l'apprenant à identifier les besoins de communication d'un professionnel de son choix.

Pendant la 3e année de la formation, l'apprenant, accompagné par un enseignant, propose une stratégie de communication numérique adaptée à la demande et accessible à tous les publics.

Dans le cadre de ce projet, les éléments suivants sont demandés :

1. Une stratégie de référencement
2. Une stratégie pour les réseaux sociaux
3. La mise en place des outils de suivi des actions de communication

Évaluation

Les apprenants préparent des propositions qu'ils présentent à l'oral à un jury

Atelier – mission de conseil

Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel sur un projet de création de contenu. À cette occasion, les équipes sont chargées de :

1. Interpréter le besoin du client en termes de création de contenu communicationnel
2. Proposer des narratives et des messages
3. Recueillir les remarques du commanditaire et travailler par itération
4. Mettre en place un système de suivi de la réputation numérique d'une marque, d'un produit ou d'un service

L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes de positionnement de la marque, un livrable au professionnel (entreprise, start-up, association...) au plus proche de son besoin.

Évaluation

À la fin de l'exercice, les livrables sont évalués par un jury.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités sont concernés par la communication car toute organisation en France ou à l'étranger a besoin de communiquer en externe et/ou en interne. Principalement la certification touche les activités suivantes :

N : Administration des entreprises

O : Administration publique

R : Arts, spectacle

S : Autres activités de service (associations)

J : Information et communication

Deux secteurs professionnels dans la communication multimédia sont visés dans le cadre de la certification : stratégie de communication ; création multimédia et communication graphique.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Stratégie de communication :

- Chargé de communication
- Chargé de média digital
- Concepteur-rédacteur
- Créateur de contenu pour les réseaux sociaux
- Concepteur d'expériences utilisateur, IA et Web3
- Community manager
- Responsable en référencement

Création multimédia et communication graphique :

- UX (Expérience utilisateur) /UI (Interface utilisateur) designer
- Webdesigner

- Designer numérique/multimédia
- Content manager (responsable de contenu multimédia)

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 386 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 101
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	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

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'admission à la certification est conditionnée à la fois par :

- Un niveau minimum d'études validé, variable selon le niveau d'entrée sollicité :

L'admission est ouverte aux candidats avec un baccalauréat pour la 1ère année, une année d'étude supérieure (60 ECTS) pour la 2ème année, ou deux années d'études supérieures (120 ECTS) dans un établissement d'enseignement supérieur officiel. Les candidats VAP et VAE soumettent des dossiers pour évaluation administrative, suivie d'une décision de recevabilité ou d'admission par le jury.

- La réussite aux épreuves d'une procédure d'admission sélective au sein d'un concours propre :

L'épreuve orale dure de 15 à 30 minutes et évalue l'ouverture d'esprit, l'adaptabilité, la sensibilité à l'expression visuelle, ainsi que la culture de la communication et des médias chez le candidat. Le jury évalue également la qualité de l'exposé, la capacité de synthèse et de structuration de la pensée. L'entretien individuel évalue le projet et la motivation du candidat à intégrer la formation. La moyenne des notes en Français (écrit et oral) et en Anglais (écrit et oral) obtenues au Bac, en 1ère et en terminale est également prise en compte.

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

- Le Président du Jury désigné par le Recteur d'Académie,
- Le vice-Président désigné par le Recteur d'Académie
- Secrétaire de Jury désigné par le Recteur d'Académie
- Membres nommés par le recteur d'académie après consultation de l'École :
 - o Directeur général du Groupe
 - o Doyen de la Faculté de l'école
 - o Directeur de la 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	9 075 €
Selon la branche	6 000 € – 9 075 €
Prise en charge	Branches concernées
9 075 €	Valeur par défaut · 198 branches
8 250 €	CPNE des MFR, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE des Vins et Spiritueux, CPNE des centres de gestion agréés et habilités agricoles, CPNEFP Transformation Laitière
8 990 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité
8 535 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Habillement succursaliste
8 469 €	CPNE Travail Temporaire
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 600 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	31/08/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	72	0	80 %	—
2021	43	0	100 %	—
2020	11	0	67 %	—

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Bachelor communication digitale à La Rochelle et Tours | Excelia (excelia-group.fr)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39676/>