

Manager du marketing et de la communication

RNCP40241 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312p, 320
Formacode(s)	46341, 34052
Code(s) ROME	E1103, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2028

Certificateur(s)

EFGC - EMD ECOLE DE MANAGEMENT · SIRET : 30515452800049

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALTSUP	97930468000023	Former et organiser l'évaluation
ESC COMPIEGNE BUSINESS SCHOOL	90406880600010	Former et organiser l'évaluation
FACULTE LIBRE PHILOSOPHIE COMPAREE	77572847000045	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier de Manager marketing et de la communication est marqué par la variété des enjeux, contextes et positions dans lesquels il peut intervenir. Ses missions vont du pilotage stratégique, de l'organisation de la veille, la définition des budgets, la construction de planning de projets, au management d'équipes, à la connaissance des cibles, de leurs attentes, des modes de consommations et de leurs évolutions, de la maîtrise des différents médias, de leurs spécificités.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'un diagnostic du marketing et de la communication

Définition de la stratégie marketing et communication

Mise en place des indicateurs de performance pour évaluer l'efficacité des stratégies marketing et communication

Anticipation des évolutions du marché et des besoins des consommateurs

Adaptation des stratégies marketing et communication en fonction des marchés internationaux à conquérir

Élaboration d'un Business Plan dans le cadre de la création d'une agence de communication et/ou de marketing

Pilotage de l'élaboration d'un plan d'actions marketing et communication

Élaboration du budget prévisionnel pour les plans d'action marketing et communication

Pilotage de l'optimisation de l'expérience client

Mettre en œuvre une stratégie en communiquant en anglais à l'écrit comme à l'oral dans un contexte professionnel

Gérer un projet de communication et/ ou de marketing confié à un prestataire extérieur

Pilotage d'une stratégie data-driven

Piloter l'activité marketing et communication à l'aide d'un CRM (Outil de Gestion de la Relation Client)

Contrôle de la conformité au RGPD des opérations de collecte, traitement et analyse de la data

Pilotage de la mise en place d'une stratégie social media

Gérer l'e-réputation d'une marque

Pilotage de la performance digitale d'un site web

Animation d'une équipe de travail par le développement de stratégies de coopération et de collaboration entre services propres à favoriser l'engagement des collaborateurs au service d'une vision et d'une mission d'entreprise commune.

Analyse des besoins en compétences et recrutement de nouveaux talents

Stimulation de l'innovation et accompagnement du changement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Élaborer un diagnostic du marketing et de la communication à partir des données internes et externes en déterminant les forces, faiblesses, menaces et opportunités pour l'entreprise au regard des produits et services proposés afin de définir des hypothèses stratégiques de développement en la matière pouvant contribuer à la stratégie globale de l'entreprise

Définir une stratégie marketing en accord avec les objectifs définis par la Direction Générale et les enjeux RSE et notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux, en définissant la Segmentation, le Ciblage et le Positionnement à l'aide de l'IA générative, en identifiant les principaux canaux et outils digitaux afin d'attirer et fidéliser les clients de la marque

Mettre en place des indicateurs de performance en déterminant les KPI permettant d'évaluer le ROI afin de mesurer l'efficacité de la stratégie mise en place et pouvoir si besoin est, apporter les mesures correctives nécessaires

Anticiper les évolutions du marché, les innovations et les usages commerciaux en repérant les signaux faibles, en suivant les performances commerciales et les pratiques des concurrents afin d'adapter ses stratégies aux attentes du client et fidéliser la clientèle

Adapter ses stratégies de marketing et de communication en fonction de la culture, des usages et des outils de communication utilisés dans les pays cibles pour conquérir des marchés internationaux

Élaborer le Business Plan d'une agence de communication et/ou de marketing en élaborant une stratégie d'entreprise, une stratégie marketing et financière afin de s'assurer de sa viabilité et être en mesure de convaincre des investisseurs potentiels et partenaires financiers de la solidité du projet

Piloter un plan d'actions marketing en définissant le modèle de mix marketing et l'usage des techniques et outils de l'IA générative et des outils digitaux et de promotion nécessaires à l'activité de l'entreprise afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise et réussir le développement des ventes de manière durable

Piloter la définition et la mise en œuvre des actions du plan de communication à partir de la ligne éditoriale choisie pour servir l'image de marque et la notoriété de l'entreprise de manière durable

Élaborer le budget prévisionnel des plans d'action marketing et communication choisies en évaluant les différents coûts et résultats escomptés, des moyens alloués par la Direction Générale, en précisant les indicateurs et les modalités de suivi afin de valider les axes stratégiques choisis et de définir les arbitrages à réaliser

Piloter l'optimisation de l'expérience client en créant des interactions positives avec lui tout au long du parcours d'achat afin d'entraîner sa fidélisation, d'encourager la recommandation et de créer son attachement à la marque.

Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral dans un contexte professionnel, afin de pouvoir participer à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une stratégie et/ou communication à l'international

Gestion d'un projet de communication et/ou de marketing confié à un prestataire extérieur en identifiant clairement un besoin, en rédigeant un brief à l'attention d'une agence de communication et/ou de marketing afin de demander une prestation spécifique en marketing et/ou communication pour laquelle il convient d'en externaliser une partie ou la totalité afin que le résultat final soit pertinent et satisfaisant

Piloter la mise en œuvre d'une stratégie marketing et communication data-driven, en utilisant les données (big data) et de l'intelligence artificielle pour développer la connaissance des clients ou publics cibles, afin de personnaliser la relation client, d'améliorer ses produits et services et ainsi mieux répondre aux attentes des consommateurs et accélérer la performance commerciale de l'entreprise ou la marque

Réaliser une étude stratégique d'impact de l'utilisation d'un outil CRM en prenant en compte les interactions avec le client, la facilité d'utilisation par les équipes marketing et communication, la pertinence des données recueillies afin d'avoir une vision 360° du client et d'optimiser la relation client tout au long du parcours d'achat ou du tunnel de vente

Contrôler la conformité au RGPD de l'ensemble des opérations liées à la data en respectant l'information et le consentement des personnes dans le cadre des opérations marketing et communication afin d'assurer le respect de la confidentialité des données personnelles des utilisateurs

Piloter la mise en place d'une stratégie social media en planifiant et organisant des actions sur les médias sociaux, en tirant profit des outils de l'IA générative, en intégrant des leviers du marketing d'influence, en vue d'atteindre des objectifs de la stratégie marketing et communication préalablement définies et de les optimiser

Gérer l'e-réputation d'une marque, en s'assurant d'une communication positive et en surveillant sa présence en ligne afin de préserver son image de marque auprès du public

Piloter la performance digitale d'un site web en ayant recours aux outils de référencement et de webanalytics afin de s'assurer de la performance digitale des actions marketing et communication déployées

Présenter un rapport d'activité et de performance digitale auprès de son service et de la Direction Générale en identifiant les principaux axes d'amélioration proposés pour accroître l'efficacité du plan d'actions marketing et communication digitales ainsi que des innovations identifiées et leur apport potentiel

Décliner la stratégie d'entreprise en vision, missions et objectifs au sein de sa Direction en développant un style de management approprié à la mission, aux activités et aux profils de ses collaborateurs afin de susciter l'adhésion et l'engagement des membres de son équipe dans l'atteinte des objectifs généraux fixés

Animer une équipe internationale et multiculturelle en tenant compte des spécificités culturelles de chaque membre de l'équipe, en adaptant sa posture managériale et en gérant d'éventuelles incompréhensions ou différences au sein de l'équipe afin de fédérer l'équipe autour d'objectifs communs

Motiver ses équipes, en les impliquant, en construisant une culture d'équipe, en créant un environnement de travail stimulant et en favorisant la prise d'initiatives et l'autonomie, afin de fidéliser les talents et avoir une équipe performante

S'assurer de l'adéquation des compétences de son équipe au regard des objectifs définis, en menant des entretiens individuels avec les collaborateurs, des entretiens annuels d'évaluation et/ou des entretiens professionnels afin de mesurer les écarts et d'identifier les besoins en compétences pour réussir l'objectif fixé pour l'équipe

Recruter d'autres collaborateurs en fonction des écarts et des besoins en compétences identifiés, en lien avec le service RH afin de disposer d'équipes dont les compétences sont en phase avec l'objectif à atteindre

Définir un parcours d'intégration pour les nouveaux collaborateurs qui rejoignent l'équipe en leur donnant les clés de compréhension de l'entreprise, en les aidant à comprendre ce qui est attendu de leur part et en associant l'ensemble de l'équipe afin de réussir la prise de poste et de fidéliser les talents

Intégrer des personnes en situation de handicap, en les accompagnant, en définissant un parcours d'intégration spécifique, en adaptant leur poste et leurs conditions de travail à leurs besoins afin qu'ils puissent évoluer de manière fluide et performante au sein de l'entreprise

Favoriser l'innovation en accompagnant le changement, en intégrant les équipes au processus d'innovation pour construire une vision prospective commune, en identifiant les freins potentiels et en veillant à l'appropriation des nouveaux processus ou méthodes, afin de favoriser la compétitivité de l'entreprise et anticiper les changements du marché

Blocs de compétences

RNCP40241BC01 — Élaborer la stratégie marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un diagnostic du marketing et de la communication à partir des données internes et externes en déterminant les forces, faiblesses, menaces et opportunités pour l'entreprise au regard des produits et services proposés afin de définir des hypothèses stratégiques de développement en la matière pouvant contribuer à la stratégie globale de l'entreprise

Définir une stratégie marketing en accord avec les objectifs définis par la Direction Générale et les enjeux RSE et notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux, en définissant la Segmentation, le Ciblage et le Positionnement à l'aide de l'IA générative, en identifiant les principaux canaux et outils digitaux afin d'attirer et fidéliser les clients de la marque

Mettre en place des indicateurs de performance en déterminant les KPI permettant d'évaluer le ROI afin de mesurer l'efficacité de la stratégie mise en place et pouvoir si besoin est, apporter les mesures correctives nécessaires

Anticiper les évolutions du marché, les innovations et les usages commerciaux en repérant les signaux faibles, en suivant les performances commerciales et les pratiques des concurrents afin d'adapter ses stratégies aux attentes du client et fidéliser la clientèle

Adapter ses stratégies de marketing et de communication en fonction de la culture, des usages et des outils de communication utilisés dans les pays cibles pour conquérir des marchés internationaux

Élaborer le Business Plan d'une agence de communication et/ou de marketing en élaborant une stratégie d'entreprise, une stratégie marketing et financière afin de s'assurer de sa viabilité et être en mesure de convaincre des investisseurs potentiels et partenaires financiers de la solidité du projet

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas – Stratégie marketing

Étude de cas – Veille concurrentielle

Étude de cas individuelle – Stratégie marketing

Élaboration d'un Business Plan

RNCP40241BC02 — Piloter et mettre en œuvre de la stratégie marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter un plan d'actions marketing en définissant le modèle de mix marketing et l'usage des techniques et outils de l'IA générative et des outils digitaux et de promotion nécessaires à l'activité de l'entreprise afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise et réussir le développement des ventes de manière durable

Piloter la définition et la mise en œuvre des actions du plan de communication à partir de la ligne éditoriale choisie pour servir l'image de marque et la notoriété de l'entreprise de manière durable

Élaborer le budget prévisionnel des plans d'action marketing et communication choisies en évaluant les différents coûts et résultats escomptés, des moyens alloués par la Direction Générale, en précisant les indicateurs et les modalités de suivi afin de valider les axes stratégiques choisis et de définir les arbitrages à réaliser

Piloter l'optimisation de l'expérience client en créant des interactions positives avec lui tout au long du parcours d'achat afin d'entraîner sa fidélisation, d'encourager la recommandation et de créer son attachement à la marque

Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral dans un contexte professionnel, afin de pouvoir participer à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une stratégie et/ou communication à l'international

Gestion d'un projet de communication et/ou de marketing confié à un prestataire extérieur en identifiant clairement un besoin, en rédigeant un brief à l'attention d'une agence de communication et/ou de marketing afin de demander une prestation spécifique en marketing et/ou communication pour laquelle il convient d'en externaliser une partie ou la totalité afin que le résultat final soit pertinent et satisfaisant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production écrite individuelle – Plan d'action marketing

Étude de cas individuelle – Diagnostic de l'expérience client

Mise en situation professionnelle en anglais – Plan annuel d'action marketing

Étude de cas individuelle – Externalisation d'une action marketing et/ou communication

RNCP40241BC03 — Piloter la data, la performance digitale et les outils de l'intelligence artificielle

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter la mise en œuvre d'une stratégie marketing et communication data-driven, en utilisant les données (big data) et de l'intelligence artificielle pour développer la connaissance des clients ou publics cibles, afin de personnaliser la relation client, d'améliorer ses produits et services et ainsi mieux répondre aux attentes des consommateurs et accélérer la performance commerciale de l'entreprise ou la marque

Réaliser une étude stratégique d'impact de l'utilisation d'un outil CRM en prenant en compte les interactions avec le client, la facilité d'utilisation par les équipes marketing et communication, la pertinence des données recueillies afin d'avoir une vision 360° du client et d'optimiser la relation client tout au long du parcours d'achat ou du tunnel de vente

Contrôler la conformité au RGPD de l'ensemble des opérations liées à la data en respectant l'information et le consentement des personnes dans le cadre des opérations marketing et communication afin d'assurer le respect de la confidentialité des données personnelles des utilisateurs

Piloter la mise en place d'une stratégie social media en planifiant et organisant des actions sur les médias sociaux, en tirant profit des outils de l'IA générative, en intégrant des leviers du marketing d'influence, en vue d'atteindre des objectifs de la stratégie marketing et communication préalablement définies et de les optimiser

Gérer l'e-réputation d'une marque, en s'assurant d'une communication positive et en surveillant sa présence en ligne afin de préserver son image de marque auprès du public

Piloter la performance digitale d'un site web en ayant recours aux outils de référencement et de webanalytics afin de s'assurer de la performance digitale des actions marketing et communication déployées

Présenter un rapport d'activité et de performance digitale auprès de son service et de la Direction Générale en identifiant les principaux axes d'amélioration proposés pour accroître l'efficacité du plan d'actions marketing et

communication digitales ainsi que des innovations identifiées et leur apport potentiel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas – Pilotage de l'activité marketing et communication

Rapport professionnel - CRM

Étude de cas – Étude des risques et enjeux des opérations marketing et communication

Étude de cas réalisée dans le cadre d'une mise en situation professionnelle reconstituée – Activité social media

Étude de cas réalisée dans le cadre d'une mise en situation professionnelle reconstituée – Référencement Web

RNCP40241BC04 — Manager une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Décliner la stratégie d'entreprise en vision, missions et objectifs au sein de sa Direction en développant un style de management approprié à la mission, aux activités et aux profils de ses collaborateurs afin de susciter l'adhésion et l'engagement des membres de son équipe dans l'atteinte des objectifs généraux fixés

Animer une équipe internationale et multiculturelle en tenant compte des spécificités culturelles de chaque membre de l'équipe, en adaptant sa posture managériale et en gérant d'éventuelles incompréhensions ou différences au sein de l'équipe afin de fédérer l'équipe autour d'objectifs communs

Motiver ses équipes, en les impliquant, en construisant une culture d'équipe, en créant un environnement de travail stimulant et en favorisant la prise d'initiatives et l'autonomie, afin de fidéliser les talents et avoir une équipe performante

S'assurer de l'adéquation des compétences de son équipe au regard des objectifs définis, en menant des entretiens individuels avec les collaborateurs, des entretiens annuels d'évaluation et/ou des entretiens professionnels afin de mesurer les écarts et d'identifier les besoins en compétences pour réussir l'objectif fixé pour l'équipe

Recruter d'autres collaborateurs en fonction des écarts et des besoins en compétences identifiés, en lien avec le service RH afin de disposer d'équipes dont les compétences sont en phase avec l'objectif à atteindre

Définir un parcours d'intégration pour les nouveaux collaborateurs qui rejoignent l'équipe en leur donnant les clés de compréhension de l'entreprise, en les aidant à comprendre ce qui est attendu de leur part et en associant l'ensemble de l'équipe afin de réussir la prise de poste et de fidéliser les talents

Intégrer des personnes en situation de handicap, en les accompagnant, en définissant un parcours d'intégration spécifique, en adaptant leur poste et leurs conditions de travail à leurs besoins afin qu'ils puissent évoluer de manière fluide et performante au sein de l'entreprise

Favoriser l'innovation en accompagnant le changement, en intégrant les équipes au processus d'innovation pour construire une vision prospective commune, en identifiant les freins potentiels et en veillant à l'appropriation des nouveaux processus ou méthodes, afin de favoriser la compétitivité de l'entreprise et anticiper les changements du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Management d'une équipe communication et marketing

Mise en situation professionnelle - Entretiens

Étude de cas - Recrutement et intégration des collaborateurs

Étude de cas individuelle - Conduite du changement

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La certification répond à un besoin de compétences en marketing / communication (d'entreprise), exprimé par des entreprises de toute taille (PME, ETI et GE), tout secteur d'activité, toute présence géographique (régionale/nationale/internationale), par des cadres

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

A l'issue de la certification, à court terme, les titulaires de la certification peuvent occuper les postes de :

Chargé de la Communication

Attaché de communication

Chargé du marketing

Chargé de mission marketing

Chargé de projet marketing

Chargé de la communication et du marketing,

Chargé du Marketing Digital
 Chef de groupe marketing
 Chef de projet digital
 Chef de produit digital
 Chargé / Chef de Projet Communication/Marketing
 Chargé des stratégies de communication digitale/Digital campaign manager
 Chargé des stratégies de référencement digital (SEO, SEM, SEA)/Digital strategy activation specialist
 Traffic Manager
 Digital Account Manager
 Social media manager
 Chargé d'études Médias/Trader media/Digital trader
 Chargé de Projet Web/Webmaster
 Brand manager
 Consultant brand content
 A partir de cinq ans d'expérience professionnelle (à moyen terme), les titulaires de la certification peuvent occuper les postes de : Responsable / Directeur du Marketing et/ou de la communication

- Responsable / Directeur du Marketing digital et/ou de la communication digitale -Responsable / Directeur du Planning Stratégique
- Directeur/ Directeur Associé en Agence de Communication et/ou de Marketing
- Directeur Sponsoring
- Directeur/Manager de la marque - Directeur du développement - Consultant en Communication/ marketing

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
 Non concerné

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au parcours de préparation à la certification à l'EMD le candidat devra avoir obtenu un titre ou validé un

niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans, et être inscrit à l'EMD-école de management.

La certification n'est pas accessible à des candidats "libres".

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes : Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission - un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation;

Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres.

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

Le jury est composé chacun de trois membres:

deux professionnels externes à l'EMD et ayant une expérience professionnelle attestée en lien direct avec le métier visé par le candidat à la certification et une personne interne à l'EMD n'ayant aucun lien avec les candidats.

A ces membres, s'ajoute un représentant pédagogique de l'organisme de formation, choisi parmi les intervenants, référents et/ou Responsables de programme. Ce représentant a une voix exclusivement consultative pour renseigner le jury sur l'évolution des candidats en voie d'accès par la formation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé chacun de trois

membres : deux professionnels externes à l'EMD et ayant une expérience professionnelle attestée en lien direct avec le métier visé par le candidat à la certification et une personne interne à l'EMD n'ayant aucun lien avec les candidats.

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	8 909 €
Selon la branche	7 000 € – 9 881 €
Prise en charge	Branches concernées
8 909 €	Valeur par défaut · 176 branches
9 881 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Services de l'eau, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
9 271 €	CPNEFP Mutualité
9 241 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
9 200 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
8 813 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 300 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes

8 280 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
8 200 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 700 €	Commission Paritaire Activités de Marchés Financiers
7 697 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	28/02/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/02/2028
Date de dernière délivrance possible	28/02/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	39	0	79 %	—
2022	32	0	71 %	—
2021	26	0	89 %	—
2020	27	0	81 %	71 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36608

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36607, RNCP36608

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.emd.fr/formation/marketing-communication/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40241/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	12 000 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	2
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 09/2025 à 10/2028

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