

Diplôme de chargé de communication

RNCP41857 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46341, 46311, 46347, 46340
Code(s) ROME	E1402, E1401, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2029

Certificateur(s)

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

AUDENCIA · SIRET : 83474886500013

AUDENCIA · SIRET : 83474886500021

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le diplôme de niveau 6 "Chargé de communication" répond aux besoins croissants des organisations qui recherchent des professionnels, au profil polyvalent, rapidement opérationnels pour concevoir et déployer des actions de communication interne et externe, mais aussi en capacité de s'adapter rapidement aux évolutions technologiques et sociétales.

L'émergence de nouvelles technologies transforme également le secteur : elles offrent de nouveaux outils de production de contenus mais nécessitent des communicants capables d'en maîtriser l'usage, d'en garantir la qualité éditoriale et de prévenir les risques liés à l'éthique, à la fiabilité et à la protection des données.

Les titulaires de ce diplôme sont des chargés de communication qui produisent des contenus multicanaux, organisent des événements, pilotent les relations presse et développent la communication digitale, tout en assurant la cohérence du discours de l'organisation. Ces professionnels doivent être agiles, exercer un regard critique et responsable, et intégrer les enjeux de responsabilité sociétale et environnementale, d'éthique, d'inclusivité et d'usage raisonné des outils numériques dans leur pratique, afin de répondre aux attentes actuelles des entreprises, collectivités et associations.

ACTIVITÉS VISÉES

- Utilisation des outils numériques de référence
- Exploitation de données à des fins d'analyse
- Expression et communication orale, écrite, dans au moins une langue étrangère
- Positionnement vis à vis d'un champ professionnel
- Comportement en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle
- Définition de la problématique de communication et de ses objectifs
- Analyse du capital de la marque/media ou de son potentiel
- Conception et mise en œuvre d'un plan de communication
- Déploiement des actions de communication (relations publiques, événementiel, gestion de crise...)
- Pilotage et déploiement d'une création ou refonte d'un site internet
- Gestion des réseaux sociaux
- Création de contenus pour le web (site, réseaux sociaux)

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
- 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

- Formuler un diagnostic de la structure, du contexte du marché et de l'environnement concurrentiel (national et international), de l'environnement media en mobilisant les outils d'analyse (indicateurs clés, enquêtes qualitatives et quantitatives, matrice de positionnement, SWOT) pour identifier les enjeux de communication.
- Dégager la problématique de communication et les objectifs à atteindre en s'appuyant sur le diagnostic et les enjeux identifiés, incluant les enjeux éthiques, sociétaux et environnementaux, afin d'établir le plan de communication qui y répondra.
- Analyser le capital ou le potentiel de la marque ou du media en mobilisant les outils d'analyse appropriés (fidélité, notoriété, qualité perçue, image de marque...) afin de déterminer l'identité et la place de la marque ou du media dans son écosystème.
- Concevoir un plan de communication opérationnel pour répondre aux objectifs de communication et résoudre la problématique, en déterminant les leviers de communication à activer, le positionnement, les grands messages, la tonalité, la cible, le calendrier prévisionnel, les actions prioritaires, les canaux de communication, les indicateurs de performance et les outils de suivi associés.
- Formaliser les éléments de langage destinés aux différents publics, afin d'assurer la cohérence des prises de parole internes et externes, y compris en contexte sensible ou de crise.
- Identifier les impacts sociaux et environnementaux de sa communication afin d'adapter ses communications en prenant en compte les enjeux environnementaux et de durabilité.
- Piloter des événements publics (internes, externes ou institutionnels), depuis la définition des objectifs jusqu'à la coordination logistique et au suivi des retombées pour générer l'engagement des communautés internes et/ou externes.
- Piloter les relations presse et médias en rédigeant et diffusant des supports adaptés, en animant les interactions avec les journalistes et en suivant l'impact médiatique des actions menées afin d'augmenter la visibilité et renforcer la notoriété de la marque ou du media.
- Rédiger le cahier des charges d'un projet de site internet afin de délimiter le projet, préciser les objectifs et les besoins en tenant compte des enjeux de conception universelle et de l'impact environnemental.
- Mettre en œuvre le déploiement du site internet afin d'atteindre les objectifs globaux de visibilité et d'identité pour l'ensemble des parties prenantes.
- Animer des comptes sur les réseaux sociaux en produisant et programmant des contenus adaptés aux cibles et aux spécificités de chaque plateforme, afin de développer la visibilité et l'engagement des communautés.
- Analyser les performances des publications et des interactions à l'aide d'outils de suivi et de reporting, afin d'ajuster la stratégie éditoriale et optimiser la présence digitale de l'organisation ou de la marque.
- Élaborer des contenus digitaux (textes, visuels, vidéos, infographies, podcasts, etc.) adaptés aux supports web et aux réseaux sociaux, afin de nourrir la ligne éditoriale, l'image de marque et les attentes des publics cibles propres à chacune des plateformes.
- Optimiser les contenus web en appliquant les principes du référencement naturel (SEO), de l'accessibilité

numérique et tenant compte des enjeux RSE, afin d'améliorer leur visibilité et leur impact ainsi que l'engagement des publics.

Blocs de compétences

RNCP41857BC01 — 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

Mise en situation :

- Projet tutoré en équipe sur la base du cas réel ou fictif d'une organisation présentant un besoin de communication numérique.
- Présentation orale collective
- Exercice pratique individuel.

RNCP41857BC02 — 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

Mémoire professionnel :

- Réalisation d'un projet appliqué, articulant théorie et pratique autour d'une problématique de communication réelle, en lien avec une entreprise ou une marque.
- Production d'une fiche projet et d'un rapport en binôme.
- Évaluation individuelle lors de la présentation du résumé du mémoire.

RNCP41857BC03 — 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

Mise en situation :

- Prise de parole dans le cadre de la présentation d'un projet à destination d'un commanditaire réel ou fictif.
- Évaluation individuelle.

Note réflexive :

- Rédaction d'une note synthétique sur la base d'une situation réelle ou fictive en français et en anglais.
- Évaluation individuelle.

RNCP41857BC04 — 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

Mise en situation

:

- Production des artéfacts de candidature à des offres de stage et/ou d'apprentissage et/ou d'emploi s'inscrivant dans le cadre du projet professionnel du candidat
- Évaluation individuelle.

RNCP41857BC05 — 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

Projet tutoré :

- Conception, suivi et réalisation d'un projet de communication en équipe en réponse au brief d'un commanditaire réel ou fictif.
- Présentation orale de groupe accompagnée d'une note écrite individuelle.

RNCP41857BC06 — Analyser l'environnement de la communication, des media et des marques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Formuler un diagnostic de la structure, du contexte du marché et de l'environnement concurrentiel (national et international), de l'environnement media en mobilisant les outils d'analyse (indicateurs clés, enquêtes qualitatives et quantitatives, matrice de positionnement, SWOT) pour identifier les enjeux de communication.
- Dégager la problématique de communication et les objectifs à atteindre en s'appuyant sur le diagnostic et les enjeux identifiés, incluant les enjeux éthiques, sociétaux et environnementaux, afin d'établir le plan de communication qui y répondra.
- Analyser le capital ou le potentiel de la marque ou du media en mobilisant les outils d'analyse appropriés (fidélité, notoriété, qualité perçue, image de marque...) afin de déterminer l'identité et la place de la marque ou du media dans son écosystème.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : A partir de données fournies sur une organisation (marque ou media), formulation du diagnostic et de la problématique de communication et analyse du capital de la marque /media.

- Étude de cas en groupe.
- Évaluation individuelle lors de la restitution.

RNCP41857BC07 — Définir et mettre en œuvre le plan de communication interne ou externe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir un plan de communication opérationnel pour répondre aux objectifs de communication et résoudre la problématique, en déterminant les leviers de communication à activer, le positionnement, les grands messages, la tonalité, la cible, le calendrier prévisionnel, les actions prioritaires, les canaux de communication, les indicateurs de performance et les outils de suivi associés.
- Identifier les impacts sociaux et environnementaux de sa communication afin d'adapter ses communications en prenant en compte les enjeux environnementaux et de durabilité.
- Formaliser les éléments de langage destinés aux différents publics, afin d'assurer la cohérence des prises de parole internes et externes, y compris en contexte sensible ou de crise.
- Piloter des événements publics (internes, externes ou institutionnels), depuis la définition des objectifs jusqu'à la coordination logistique et au suivi des retombées pour générer l'engagement des communautés internes et/ou externes.
- Piloter les relations presse et médias en rédigeant et diffusant des supports adaptés, en animant les interactions avec les journalistes et en suivant l'impact médiatique des actions menées afin d'augmenter la visibilité et renforcer la notoriété de la marque ou du media.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Sur la base du brief documenté d'une structure réelle ou fictive, l'apprenant reformule la problématique et définit un plan de communication.

Évaluation collective : L'équipe propose et présente oralement un plan de communication à l'attention d'un commanditaire supposé.

Évaluation individuelle : Écriture d'une note de synthèse qui résume les enjeux et les éléments clefs opérationnels du plan de communication à destination du client supposé.

RNCP41857BC08 — Déployer la communication digitale et la gestion de communauté en ligne

LISTE DE COMPÉTENCES

- Rédiger le cahier des charges d'un projet de site internet afin de délimiter le projet, préciser les objectifs et les besoins en tenant compte des enjeux de conception universelle et de l'impact environnemental.
- Mettre en œuvre le déploiement du site internet afin d'atteindre les objectifs globaux de visibilité et d'identité pour l'ensemble des parties prenantes.
- Animer des comptes sur les réseaux sociaux en produisant et programmant des contenus adaptés aux cibles et aux spécificités de chaque plateforme, afin de développer la visibilité et l'engagement des communautés.
- Analyser les performances des publications et des interactions à l'aide d'outils de suivi et de reporting, afin d'ajuster la stratégie éditoriale et optimiser la présence digitale de l'organisation ou de la marque.
- Elaborer des contenus digitaux (textes, visuels, vidéos, infographies, podcasts, etc.) adaptés aux supports web et aux réseaux sociaux, afin de nourrir la ligne éditoriale, l'image de marque et les attentes des publics cibles propres à chacune des plateformes.
- Optimiser les contenus web en appliquant les principes du référencement naturel (SEO), de l'accessibilité numérique et tenant compte des enjeux RSE, afin d'améliorer leur visibilité et leur impact ainsi que l'engagement des publics.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Réalisation d'une étude de cas réelle ou fictive confiée par un commanditaire, portant sur la création ou la refonte d'un site internet, la gestion de réseaux sociaux et la production de contenus web.

Le travail en équipe donne lieu à la remise de livrables professionnels (maquettes, planning éditorial, publications web, reporting), à une restitution orale collective devant jury ou commanditaire, ainsi qu'à une note individuelle explicitant la contribution personnelle et l'analyse réflexive du candidat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

73.11 : Activités des agences de publicité.

70.21 : Conseil en relations publiques et communication.

73.12 : Régie publicitaire de médias.

63.91 : Activités des agences de presse.

59.11 : Production de films et de programmes pour la télévision.

Le titulaire de la certification est amené à exercer son activité :?

- Au sein d'agences conseil en communication ou d'agences conseil en média qui peuvent être des grands groupes de communication ou de médias
- Au sein d'entreprises du numérique, type start up
- Au sein d'entreprises ou de collectivités dans des secteurs très variés, qui souhaitent mettre en place une direction de communication intégrée, ou qui ont déjà organisé la fonction communication en leur sein
- Au sein de médias, d'agences de presse, de sociétés de production audiovisuelle...

?Tous les secteurs d'activité, privés et publics, sont concernés par ces besoins en communication.

Les secteurs d'activité relèvent indifféremment de l'industrie (production ou transformation) ou des services.

La taille des entreprises est, elle aussi, variable, allant de la PME à la grande entreprise, en France ou à l'étranger.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de communication ;
- Chargé de communication interne et/ou externe ;
- Chargé de projet événementiel ;
- Gestionnaire de communauté en ligne ;
- Chargé de communication et marketing ;
- Chargé des relations publiques ;
- Chargé des relations médias/presse ;
- Rédacteur web ;
- Administrateur de site internet?;
- Assistant chef de projet digital.

RÉGLEMENTATIONS 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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Obtention du baccalauréat, niveau 4 minimum.

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

- Président (ou Vice-président) appartenant à un corps d'enseignants-chercheurs désigné par le recteur d'académie
- Secrétaire de Jury représentant le recteur d'académie
- Membres nommés par le recteur d'académie après consultation de l'École (intervenants dans la formation)?:
- Le Directeur des programmes d'Audencia ou son représentant
- La directrice d'Audencia SciencesCom
- La Directrice des études Audencia SciencesCom
- Un enseignant chercheur de la faculté d'Audencia

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Président (ou Vice-président) appartenant à un corps d'enseignants-chercheurs désigné par le recteur d'académie
- Secrétaire de Jury représentant le recteur d'académie
- Membres nommés par le recteur d'académie après consultation de l'École (intervenants dans la formation)?:
- Le Directeur des programmes d'Audencia ou son représentant
- La directrice d'Audencia SciencesCom
- La Directrice des études Audencia SciencesCom
- Un enseignant chercheur de la faculté d'Audencia
- Un professionnel du métier ou supervisant des personnes du métier

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2029
Date de dernière délivrance possible	31/08/2033

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41857/>