

Chef de projet digital

RNCP42627 · 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, M1805, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/07/2026
Date d'échéance	17/07/2029

Certificateur(s)

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

Partenaires habilités

15 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 15 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
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	75253547600515	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600309	75253547600309	Former et organiser l'évaluation
ESGCV NANTES	75253547600572	Former et organiser l'évaluation
ESG / ESARC EVOLUTION	75253547600465	Former et organiser l'évaluation
EXPERNET	44276468400027	Former et organiser l'évaluation
GALILEO FORMATION PROFESSIONNELLE	81212304000063	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 15 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp42627-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 la visibilité de marque, d'améliorer la génération de leads, de faciliter les process internes, etc. 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 ou encore la taille de l'entreprise dans laquelle il exerce, ses missions peuvent varier.

Le chef de projet digital pourra avoir la charge de différentes spécialités liées au digital :

- la stratégie e-business avec la mise en place de campagnes et d'outils de génération de leads automatisés
- la stratégie de marketing digitale avec l'utilisation des canaux digitaux pour augmenter la notoriété et la visibilité de l'entreprise
- la stratégie de design produit avec l'optimisation des parcours utilisateurs afin d'améliorer les usages de la solution digitale.

Les besoins en compétences du marché évoluent, et permettent de répondre aux enjeux du secteur actuels et futurs. Ces trois spécialités sont demandeuses de profils experts. De ce fait, les entreprises s'intéressent de plus en plus aux profils spécialisés. C'est pourquoi, la certification "Chef de projet digital" comporte en complément des compétences fondamentales, ces trois options de spécialisation.

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
- Recueil et analyse de la demande client ou du commanditaire
- Organisation de sessions d'idéation
- Définition des objectifs et cadrage du projet digital

Conception et production d'une solution digitale

- Rédaction de la note de cadrage du projet
- Définition la vision produit et des fonctionnalités clés et normes écoresponsables
- Conception des maquettes et prototypage de produit inclusif
- Réalisation de tests utilisateurs
- Analyse de la performance de la solution digitale

Pilotage d'un projet digital

- Définition du processus de pilotage du projet
- Pilotage du besoin technique et humain dans les différentes étapes du projet
- Coordination d'équipe pluridisciplinaire et conduite du changement
- Promotion du projet et vision commune

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

- Conformité de la réalisation de la solution digitale
- Conception et automatisation des tests de conformité
- Maintien d'une solution digitale pérenne et évolutive

Selon la spécialisation choisie :

Définition d'une stratégie de marketing digital et d'influence

- Mise en place de la stratégie de marketing digital
- Déploiement des actions de marketing digital
- Collaboration avec des influenceurs et gestion des communautés
- Définition, suivi et analyse des indicateurs de performances

Définition d'une stratégie de design produit

- Veille des nouveaux usages et déploiements de projets innovants
- Analyse et recueil des besoins et attentes des utilisateurs

- Construction et scénarisation des parcours utilisateurs
- Amélioration continue de la conception produit

Définition d'une stratégie e-business et automatisation

- Définition de la stratégie e-business
- Elaboration de parcours clients optimisés
- Déploiement de campagnes digitales performantes basées sur l'automatisation
- Optimisation des performances en continu

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification vise les compétences suivantes :

- Réaliser une veille concurrentielle, fonctionnelle et technologique afin d'identifier les tendances du marché et les innovations pertinentes en s'appuyant sur des outils de collecte dont l'IA
- Analyser le besoin du client interne ou externe, son positionnement, sa stratégie et ses enjeux globaux à partir des données clients et d'études de la cible afin d'identifier les leviers et actions pertinentes à mettre en place dans le cadre du projet digital
- 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
- Définir les objectifs et le périmètre du projet digital en fonction des besoins exprimés et des ressources disponibles en intégrant les enjeux RSE afin de cadrer et formaliser auprès du commanditaire
- Élaborer la note de cadrage du projet digital en définissant les objectifs, les contraintes organisationnelles et techniques, les délais et le budget
- Définir les fonctionnalités clés de manière détaillée permettant la conception du produit en prenant en compte les enjeux environnementaux à partir d'une vision globale produit
- Concevoir des maquettes et prototypes grâce à des outils métiers (logiciels, IA...) pour valider l'ergonomie et la cohérence de l'expérience utilisateur en garantissant accessibilité et l'inclusivité
- Concevoir les tests utilisateurs grâce à des outils métiers et des grilles d'observation afin de vérifier la conformité de la solution aux attentes finales des utilisateurs
- Analyser la performance de la solution digitale à l'aide d'indicateurs clés pour détecter des axes d'amélioration produit
- Élaborer le plan de pilotage du projet digital en s'appuyant sur une méthode de gestion de projet et en tenant compte des besoins, objectifs définis avec le client pour garantir une gestion de projet efficace
- Piloter le besoin en ressources humaines et techniques en définissant et suivant les rôles, les missions de chacun afin de garantir la cohérence, la qualité et le respect des objectifs, des coûts et des délais
- Coordonner les équipes pluridisciplinaires (graphistes, développeurs, UX designers, webmarketers, traffic managers, etc.) nécessaire au bon déroulement du projet afin de respecter le budget et les délais prévus tout en garantissant des bonnes conditions de travail.
- Promouvoir le projet au sein de son équipe et organisation par des actions régulières de communication interne afin d'engager toutes les parties prenantes dans une vision commune
- Évaluer la conformité de la solution digitale, selon la méthode de projet choisie en formalisant le recettage de manière à détecter des éventuelles dysfonctionnements ou faiblesses de la solution digitale
- Créer des processus d'automatisation des actions de gestion du projet avec des outils d'IA afin de gagner en productivité
- 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

Selon la spécialisation choisie :

Définition d'une stratégie de marketing digital et d'influence

- Organiser une veille stratégique marketing grâce à des outils dédiés afin d'analyser le marché, la concurrence et les cibles pour orienter la stratégie marketing
- Déployer un plan d'actions marketing digital omnicanal grâce à des contenus adaptés à la cible finale afin d'atteindre les objectifs définis par le commanditaire en respectant les contraintes légales.
- Collaborer avec des influenceurs cohérents avec l'identité de la marque en supervisant la création, la publication et l'animation des contenus digitaux afin de gagner en visibilité et en engagement auprès de la cible visée.
- Produire des reportings afin d'évaluer l'efficacité des actions menées pour ajuster la stratégie en analysant des

indicateurs de performance clés grâce à des outils Analytics

Définition d'une stratégie de design produit

- Identifier des innovations proposant de nouveaux usages et services digitaux centrés sur l'utilisateur en veillant les nouvelles tendances du secteur, afin d'assurer l'évolution de la solution digitale (maintenance évolutive).
- Analyser les besoins et attentes des utilisateurs finaux pour identifier les points d'amélioration en s'appuyant sur des tests utilisateurs itératifs
- Scénariser les parcours utilisateurs efficaces et inclusifs, de manière visuelle grâce à des outils digitaux, adaptés à la cible afin de garantir une ergonomie satisfaisante
- Améliorer le design produit pour adapter l'usage aux attentes des utilisateurs en appliquant les règles de l'UX design

Définition d'une stratégie e-business et automation

- Analyser des données stratégiques métier internes et externes pour orienter la stratégie e-business en utilisant des outils d'Analytics
- Concevoir des parcours clients omnicanaux optimisés grâce à des outils web (inbound, business development, CRM...) afin de garantir des taux de conversion forts et assurer la pérennité commerciale
- Déployer des campagnes digitales automatisées et performantes en s'appuyant sur des plateformes dédiées (Meta, Google, solutions métier, ...) afin de générer du chiffre d'affaires tout en gagnant en productivité
- Évaluer la performance globale de la campagne digitale en continu afin d'améliorer les résultats commerciaux et la rentabilité des campagnes grâce à des outils Analytics

Blocs de compétences

RNCP42627BC01 — Définir le projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille concurrentielle, fonctionnelle et technologique afin d'identifier les tendances du marché et les innovations pertinentes en s'appuyant sur des outils de collecte dont l'IA.

Analyser le besoin du client interne ou externe, son positionnement, sa stratégie et ses enjeux globaux à partir des données clients et d'études de la cible afin d'identifier les leviers et actions pertinentes à mettre en place dans le cadre du projet digital.

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.

Définir les objectifs et le périmètre du projet digital en fonction des besoins exprimés et des ressources disponibles en intégrant les enjeux RSE afin de cadrer et formaliser auprès du commanditaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

À partir d'un cas d'entreprise réel ou fictif portant sur la définition d'un projet digital.

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

RNCP42627BC02 — Concevoir et produire une solution digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer la note du cadrage du projet digital en définissant les objectifs, les contraintes organisationnelles et techniques, les délais et le budget.

Définir les fonctionnalités clés de manière détaillée permettant la conception du produit en prenant en compte les enjeux environnementaux à partir d'une vision globale produit.

Concevoir des maquettes et prototypes grâce à des outils métiers (logiciels, IA...) pour valider l'ergonomie et la cohérence de l'expérience utilisateur en garantissant accessibilité et l'inclusivité.

Concevoir les tests utilisateurs grâce à des outils métiers et des grilles d'observation afin de vérifier la conformité de la solution aux attentes finales des utilisateurs.

Analyser la performance de la solution digitale à l'aide d'indicateurs clés pour détecter des axes d'amélioration produit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

À partir d'un cas d'entreprise réel ou fictif portant sur la conception d'un projet digital.

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

RNCP42627BC03 — Piloter un projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer le plan de pilotage du projet digital en s'appuyant sur une méthode de gestion de projet et en tenant compte des besoins, objectifs définis avec le client pour garantir une gestion de projet efficace.

Piloter le besoin en ressources humaines et techniques en définissant et suivant les rôles, les missions de chacun afin de garantir la cohérence, la qualité et le respect des objectifs, des coûts et des délais.

Coordonner les équipes pluridisciplinaires (graphistes, développeurs, UX designers, webmarketers, traffic managers, etc.) nécessaire au bon déroulement du projet afin de respecter le budget et les délais prévus tout en garantissant des bonnes conditions de travail.

Promouvoir le projet au sein de son équipe et organisation par des actions régulières de communication interne afin d'engager toutes les parties prenantes dans une vision commune.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

À partir d'un cas d'entreprise réel ou fictif impliquant le pilotage d'un projet à dimension digitale.

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

RNCP42627BC04 — 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 en formalisant le recettage de manière à détecter des éventuelles dysfonctionnements ou faiblesses de la solution digitale.

Créer des processus d'automatisation des actions de gestion du projet avec des outils d'IA afin de gagner en productivité.

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 :

À partir d'un cas d'entreprise réel ou fictif portant sur la gestion de la performance de l'équipe et de la conformité de la solution digitale.

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

RNCP42627BC05 — Définir une stratégie de marketing digital et d'influence

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser une veille stratégique marketing grâce à des outils dédiés afin d'analyser le marché, la concurrence et les cibles pour orienter la stratégie marketing.

Déployer un plan d'actions marketing digital omnicanal grâce à des contenus adaptés à la cible finale afin d'atteindre les objectifs définis par le commanditaire en respectant les contraintes légales.

Collaborer avec des influenceurs cohérents avec l'identité de la marque en supervisant la création, la publication et l'animation des contenus digitaux afin de gagner en visibilité et en engagement auprès de la cible visée.

Produire des reportings afin d'évaluer l'efficacité des actions menées pour ajuster la stratégie en analysant des indicateurs de performance clés grâce à des outils analytics.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques – Marketing digital et influence :

À partir d'une problématique d'entreprise réelle ou simulée sur la conception et le déploiement d'une stratégie de marketing digital.

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

RNCP42627BC06 — Définir une stratégie de design produit

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier des innovations proposant de nouveaux usages et services digitaux centrés sur l'utilisateur en veillant les nouvelles tendances du secteur, afin d'assurer l'évolution de la solution digitale (maintenance évolutive).

Analyser les besoins et attentes des utilisateurs finaux pour identifier les points d'amélioration en s'appuyant sur des tests utilisateurs itératifs.

Scénariser les parcours utilisateurs efficaces et inclusifs, de manière visuelle grâce à des outils digitaux, adaptés à la cible afin de garantir une ergonomie satisfaisante.

Améliorer le design produit pour adapter l'usage aux attentes des utilisateurs en appliquant les règles de l'UX design.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques – Design produit :

À partir d'une problématique d'entreprise réelle ou simulée sur la conception et la vision d'un produit digital.

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

RNCP42627BC07 — Définir une stratégie e-business et automation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser des données stratégiques métier internes et externes pour orienter la stratégie e-business en utilisant des outils d'analytics.

Concevoir des parcours clients omnicanaux optimisés grâce à des outils web (inbound, business development, CRM...) afin de garantir des taux de conversion forts et assurer la pérennité commerciale.

Déployer des campagnes digitales automatisées et performantes en s'appuyant sur des plateformes dédiées (Meta, Google, solutions métier, ...) afin de générer du chiffre d'affaires tout en gagnant en productivité.

Évaluer la performance globale de la campagne digitale en continu afin d'améliorer les résultats commerciaux et la rentabilité des campagnes grâce à des outils Analytics.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques – E-business :

À partir d'une problématique d'entreprise simulée portant sur le déploiement d'une stratégie e-business et de l'automatisation de processus.

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 variable en fonction de la taille de projet (de quelques semaines à 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 transformation digitale allant de la création/modification de sites web, de mise en place de système d'information, de déploiement de nouveaux outils ou logiciels. Il doit piloter d'importants aspects liés aux ressources humaines : résistance au changement, méthodologie et organisation du travail, formation aux outils numériques (acculturation et prise en main des IA par exemple)...
- 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.

Le chef de projet digital peut également s'installer à son compte (freelance) et de travailler à la mission. En tant qu'indépendant, il interviendra majoritairement sur des projets de courte et moyenne durée, ponctuels et qui auront rarement une récurrence dans le futur. En effet, il est généralement appelé pour résoudre une problématique précise de l'entreprise afin de faciliter le déploiement d'un projet numérique pour lequel elle n'aurait ni le temps, ni les

ressources en interne.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

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

- Chef de projet digital
- Chef de projet web
- 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 / Product manager

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
- Project Management Officer

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

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Non applicable

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...),

Entrée en 3ème année : Etre titulaire d'une certification de niveau 5 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),

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...),

Pour un cursus en 1 an : Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),

En formation continue

Cas 1 : Entrée avec un niveau 5

Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),

- Ou Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),

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

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...).

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

- 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...).

Le respect de ces prérequis est vérifié avant toute session de certification

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.

Base légale

Date de décision	17/07/2026
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/07/2029
Date de dernière délivrance possible	17/07/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	493	1	72 %	—
2023	579	0	78 %	67 %
2022	400	1	88 %	73 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP39602

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/42627/>

Où se former

Formations référencées	39
Organismes	1
Régions couvertes	0
Prix indicatif	1 990 € – 6 390 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2027 à 09/2028

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