

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 29449**

Intitulé

Directeur de la communication et du marketing international

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

The American university of Paris

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Présidente

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le/la directeur/trice de la communication et du marketing développe et met en œuvre la stratégie de communication et marketing interne et/ou externe de l'entreprise ou l'organisme pour attirer et fidéliser la clientèle nationale ou internationale ou sensibiliser à une action privée ou publique.

Le terme de communication et marketing prend différents sens selon le contexte d'utilisation : il peut désigner une communication interne, externe, publicitaire, institutionnelle, financière, commerciale, etc. ou une dimension locale, régionale, nationale, européenne, mondiale ...

Au sein d'une entreprise, la communication interne est généralement exercée pour communiquer des informations et/ou promouvoir des activités et des pratiques.

Au sein d'une agence de publicité, de stratégie de marque, d'un bureau d'études, d'une ONG ou d'une association, le directeur de la communication/marketing ou le consultant est en lien avec la clientèle : il en analyse les besoins et apporte une ou des réponses en termes de stratégie de communication, évalue les actions mises en place et s'assure de la fidélisation des commanditaires.

Le/la directeur/trice de communication internationale élabore un plan de communication/marketing dans le but de promouvoir des services/produits à l'international en tenant compte de la dimension interculturelle. De son plan dépend l'image de l'entreprise qui l'emploie à l'échelle mondiale. « penser global, agir local »...

Liste des compétences visées par le diplôme, le titre ou le certificat

1. Expertise du champ professionnel et veille
2. Réalisation de la stratégie de communication
3. Mise en œuvre d'une stratégie de communication
4. Développement d'une pratique évaluative et d'une expertise technique

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Avec la mondialisation et l'essor des nouvelles technologies, et plus particulièrement des réseaux sociaux, les débouchés sont de plus en plus nombreux. Le directeur de communication globale peut travailler dans des grandes et moyennes entreprises de secteurs variés (relations publiques, tourisme, réseaux sociaux, communication digitale, informatique, internet, multinationales...), dans des ambassades, des agences internationales (UNESCO, OCDE) ou encore dans des organisations internationales (ONG, ONU...).

Au début de leur carrière, les détenteurs de cette certification peuvent aussi exercer des emplois dans les domaines des relations publiques, du journalisme, des médias, du marketing, et d'autres domaines similaires qui reposent sur une expertise en communication.

Le/la directeur de la communication/du marketing international est rattaché à la Direction générale et membre du comité de Direction.

Il/elle dirige le service ou département communication et gère une équipe interne (qui peut être subdivisée en communication interne, externe et relations presse). Il/elle est aussi en relation avec des prestataires externes (agences de communication, intervenants free-lance, imprimeurs, etc.). En agence médias ou en agence de communication, il/elle est responsable d'un pôle ou directeur, selon son expérience et la taille de l'agence.

« Au sein de la quasi-totalité des grandes entreprises, le/la directeur/trice de la communication est membre de l'équipe de direction et participe à ses réunions. Lorsque, exceptionnellement, il/elle n'est pas membre du comité de direction, l'impression est que la situation résulte d'un choix partagé n'ayant aucune incidence sur la fonction communication de l'entreprise (c'est le cas chez Alcatel, par exemple). Dans les entreprises de taille moyenne, le mouvement est bien enclenché également. Au total plus de 80% des directeurs/trices de communication rendent compte directement au président de l'entreprise, alors qu'ils/elles n'étaient encore que 64% en 1997. » Source : « Communiquer dans un monde incertain », Thierry Libaert, Pearson éditions.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1103 : Communication

M1705 : Marketing

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Par la formation continue :

- Validation des 4 blocs de compétences ;
- Expérience minimale de 6 mois en milieu professionnel.

Par la formation initiale :

- Validation des 4 blocs de compétences ;
- Soutenance devant un jury d'un mémoire professionnel.

Par la validation des acquis de l'expérience (VAE) :

Validation des 4 blocs. En cas de validation partielle, les blocs validés restent acquis à vie.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 29449 - Développer une pratique et une expertise technique de l'évaluation d'une stratégie de communication</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer un plan d'évaluation des impacts de la stratégie de communication et en intégrer les résultats dans une pratique évolutive de la communication - Coordonner l'évolution de la promotion de l'image de la société ou de l'institution avec les évolutions de la clientèle, du contexte et du produit. <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'une étude de cas sur le thème de l'analyse de la mise en œuvre d'une stratégie de communication et la réalisation de supports. - Elaboration d'études de cas spécifiques dont les thèmes sont la simulation de campagne de communication et la construction de plan marketing. <p>Délivrance d'une attestation :</p> <p>Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 29449 - Expertiser le champ professionnel au regard de ses connaissances et réaliser un travail de veille</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une analyse de stratégie de communication de la marque au regard de l'environnement économique, marketing, technologique, socio-culturel et concurrentiel de la marque/ du produit/ de l'institution - Réaliser un travail de veille en recherchant et analysant les informations nécessaires à l'étude de l'écosystème dans lequel évolue une entreprise, des tendances socio-économiques et socio-culturelles mondiales et au maintien à jour de ses connaissances en matière de nouvelles techniques de communication. <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'une étude de cas sur le thème de l'analyse de la stratégie de communication - Elaboration d'études de cas spécifiques dont les thèmes sont l'audit de marque, l'analyse sémiotique de support de communication, l'analyse de support de communication <p>Délivrance d'une attestation :</p> <p>Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 29449 - Réaliser un plan de stratégie de communication au regard d'outils de communication et d'analyses marketing	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Piloter les études et audits nécessaires à la définition de la stratégie de communication en accord avec la stratégie politique de l'entreprise - Réaliser un plan de stratégie de communication au regard des outils de communication et d'analyse marketing en veillant à l'articulation politique/stratégique/tactique et en prenant en compte les enjeux socio-culturels <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'études de cas spécifiques dont le thème est l'audit de la stratégie de communication de l'entreprise. - Travaux de recherche faisant l'objet d'un exposé oral sur l'évolution de grandes entreprises de communication, et sur l'économie politique des médias, ainsi que d'un rapport de recherche sur la transformation culturelle des nouvelles tendances. <p>Délivrance d'une attestation :</p> <p>Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.</p>
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 29449 - Mettre en œuvre une stratégie de communication	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordonner les différentes étapes et les différents aspects de la stratégie de communication définie dans le plan de stratégie en respectant les budgets et les orientations de la direction. - Manager la création et la réalisation des supports de communication numérique ou autre <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'études de cas spécifiques dont le thème est la réalisation d'un plan de stratégie de communication <p>Délivrance d'une attestation :</p> <p>Une fois ce bloc validé, une attestation serait délivrée à l'étudiant(e) qui démontre la compétence acquise.</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	- 2 professionnels/les dont le président du jury (répartis 50/50 hommes/femmes et 50/50 employeurs/salariés) ; - 3 membres internes à la certification.
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	- 2 professionnels/les dont le président du jury (répartis 50/50 hommes/femmes et 50/50 employeurs/salariés) ; - 3 membres internes à la certification.
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	- 2 professionnels/les dont le président du jury (répartis 50/50 hommes/femmes et 50/50 employeurs/salariés) ; - 3 membres internes à la certification.
Par expérience dispositif VAE prévu en 2017	X	- 2 professionnels/les dont le président du jury (répartis 50/50 hommes/femmes et 50/50 employeurs/salariés) ; - 3 membres internes à la certification.

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X

Base légale**Référence du décret général :****Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 8 décembre 2017 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau I, sous l'intitulé "Directeur de la communication et du marketing international" avec effet au 17 mai 2012, jusqu'au 21 décembre 2021.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :**Références autres :****Pour plus d'informations****Statistiques :****Autres sources d'information :**

<https://www.aup.edu/>

<https://www.aup.edu/>

<https://www.aup.edu/academics/graduate-programs/global-communications>

Lieu(x) de certification :

The American University of Paris
102, rue St Dominique
75007 Paris

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

The American University of Paris - 147 rue de Grenelle - 75007 Paris

Historique de la certification :