

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 31997**

### Intitulé

Manager Marketing et Communication (MS)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Toulouse business school (TBS)	Directeur

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

310p Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (organisation , gestion)

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

- **Elaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing et de développement de son produit, sa gamme ou sa marque**
- **Elaboration de la stratégie de communication (corporate, produit, marque, communication digitale)**
- **Management de projets et d'équipes, avec une dimension internationale**

Mettre en place un processus de veille et réaliser la veille

Réaliser un diagnostic marketing stratégique

Proposer le plan marketing, élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing de développement

Monter et proposer des business plans de développement de ses marques ou produits

Définir les indicateurs de suivi et de performance (image, notoriété, engagement des clients, satisfaction, fidélité, croissance, rentabilité...) (KPI'S) et les exploiter pour faciliter la prise de décision.

Rester en veille sur l'image et la communication de l'entreprise et des concurrents sur les différents vecteurs de communication pour garantir l'image de l'entreprise sur le net, les réseaux....

Concevoir et mettre en œuvre la politique de communication de son produit, gamme, marque en garantissant l'image de l'entreprise, de la marque et de ses produits, tant en interne qu'en externe

Maitriser la communication règlementaire ((CNIL, net-étiquette.....)

Définir les indicateurs de suivi du plan de communication (suivi du plan média, retour sur évènementiels, actions promotionnelles, suivi de la relation client sur le web...) et analyser les résultats des actions de communication et leur impact et proposer des axes d'évolution

Manager des projets et des équipes

Mobiliser les acteurs impliqués sur le projet pour prendre une décision

Animer des équipes internationales, à distance

Elaborer les indicateurs de pilotage le projet et communiquer (objectifs, délais, avancement, ressources, réajustement ...

Appréhender les impacts de la transformation technologique et digitale sur les organisations, et faire des propositions adaptées

Intégrer la dimension RSE, éthique et déontologique dans la stratégie marketing et la politique de communication

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

Le **Manager Marketing et communication** exerce son activité dans quasiment tous les secteurs d'activité.

Certains environnements sectoriels figurent parmi les bastions de la fonction, principaux recruteurs de cadres au sein des entreprises industrielles, commerciales ou des sociétés de service : grande consommation, nouvelles technologies, télécoms, grande distribution, e-commerce, VPC, banque et assurance, énergie, BTP...

En PME, il dirige directement toute la fonction marketing et communication.

Par contre, le métier est peu identifié dans les administrations et services publics, les secteurs classiques du transport et les secteurs culturels.

Enfin, les cabinets conseil emploient des professionnels du marketing et de la communication, L'activité peut également s'exercer au sein d'agences / cabinets de conseil en marketing / communication / publicité, notamment à des postes de consultants ; ou en indépendant, en contact avec différents intervenants (chargés d'étude, chef de produit, directeur marketing, annonceurs...)

Chef de produit (stratégique/opérationnel)

Responsable Marketing et / ou Communication

Responsable de marque

Analyste marketing

Responsable stratégie et communication digitale

### Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

E1103 : Communication

M1704 : Management relation clientèle

M1703 : Management et gestion de produit

**Réglementation d'activités :**

aucune

**Modalités d'accès à cette certification****Descriptif des composantes de la certification :**

Le référentiel de la certification a été structuré en 3 blocs de compétences :

**Bloc 1 : élaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing et de développement de son produit, sa gamme ou sa marque****bloc 2 : élaboration de la stratégie de communication (corporate, produit, marque, communication digitale)****bloc 3 : management de projets et des équipes avec une dimension internationale****Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 31997 - élaboration de la stratégie de communication (corporate, produit, marque, communication digitale)	<b>Modalités d'évaluation et de certification</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Le Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 2.</b></li> <li>• <b>Cas de synthèse</b> et examen final</li> <li>• <b>SPECULATIVE d'agence</b> : Réalisée en groupe de 6 et menée sur 1 mois. Production d'une campagne de communication, suite à un brief de communication avec un professionnel, dans un budget encadré, donnant lieu à un rapport écrit et une soutenance évalués par des professionnels</li> <li>• <b>Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab</b></li> <li>• <b>SM<sup>2</sup>Team Project</b> en 2 groupes projet</li> <li>• <b>Mission professionnelle en entreprise</b> permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle</li> </ul>
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 31997 - management de projets et des équipes avec une dimension internationale	<b>Modalités d'évaluation et de certification</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Le Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 3</b></li> <li>• <b>Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab</b></li> <li>• <b>Cas de synthèse</b> et examen final</li> <li>• <b>Ds les projets menés en équipes, évaluation</b> par le tuteur et en auto évaluation sur le fonctionnement de l'équipe</li> <li>• <b>Mission professionnelle en entreprise</b> permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle</li> </ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 31997 - élaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing et de développement de son produit, sa gamme ou sa marque	<p><b>Modalités d'évaluation et de certification</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Le Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab et la mission professionnelle sont des modes d'évaluation transverses et concourent à la validation de la totalité des compétences du bloc 1.</b></li> <li>• Rédaction d'une synthèse de veille sous forme de <b>Fiches de lecture</b></li> <li>• <b>Cas de synthèse</b> et examen final</li> <li>• <b>Projet Transversal SM<sup>2</sup>Lab</b></li> <li>• <b>Electif (Projet Transversal) :</b> travail de recherche et d'approfondissement production d'un brief écrit, suivi d'une présentation orale</li> <li>• <b>Mission professionnelle en entreprise</b> permettant de valider l'ensemble des compétences du bloc et donnant lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle</li> </ul>

**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	4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés, 2 personnes représentant TBS
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés, 2 personnes représentant TBS
En contrat de professionnalisation	X	4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés, 2 personnes représentant TBS
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2005	X	4 personnes au maxi. composent le jury : 2 personnes représentant la profession à part égale employeurs et salariés, 2 personnes représentant TBS

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

#### Base légale

**Référence du décret général :**

**Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 17 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, avec effet au 17 janvier 2015, jusqu'au 21 décembre 2023.

**Référence du décret et/ou arrêté VAE :**

**Références autres :**

**Pour plus d'informations**

**Statistiques :**

24 à 26 certifiés par promotion

**Autres sources d'information :**

[www.tbs-education.fr](http://www.tbs-education.fr)

site internet

**Lieu(x) de certification :**

Toulouse Business School (TBS) 20 boulevard Lascrosses - BP 7010 - 31068 Toulouse Cedex 07

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

Adresse 1 : 20 boulevard Lascrosses - BP 7010 - 31068 Toulouse Cedex 07

Adresse 2 : ENTIORE Ecoparc 1 - 2, avenue Mercure - Quint Fonsegrives

31134 Balma Cedex

**Historique de la certification :**