

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

Objectif et contexte de la certification :

Dans un contexte de transformation digitale, les entreprises, les médias, et les agences qui les accompagnent ont plus que jamais besoin de communiquer et d'interroger leurs pratiques. Les cadres et dirigeants de la communication et des médias sont indispensables pour définir, piloter et mettre en œuvre ou faire mettre en œuvre les stratégies de communication nécessaires aux organisations.

Activités visées :

1. Analyser l'environnement et l'organisation pour établir un diagnostic
2. Construire et proposer une stratégie de communication
3. Piloter la communication d'une organisation ou d'un projet
4. Gérer et animer la fonction communication
5. Adopter une posture professionnelle de communicant auprès des parties-prenantes
6. Mettre en œuvre les fondamentaux techniques de la communication
7. Un bloc thématique au choix parmi les blocs suivants :
 - 7.1 Piloter les contenus et gérer l'expérience et l'engagement des publics
 - 7.2 Piloter la réputation et l'influence des organisations
 - 7.3 Piloter l'expérience et l'engagement des publics
 - 7.4 Piloter les médias et produire les contenus

Compétences attestées :

1. Collecter l'information pertinente, Réaliser l'analyse et le diagnostic
2. Définir une démarche de communication, Concevoir le déploiement d'une stratégie de communication
3. Gérer le déploiement du plan de communication ou du projet, Concevoir et mettre en place les phases du plan ou du projet et son évaluation
4. Définir l'organisation du service et le gérer efficacement, Identifier les principaux risques juridiques
5. Se positionner comme professionnel, Mettre en œuvre les mécanismes et les principes de la communication et des médias
6. Mettre en œuvre les techniques d'animation et d'expression orale, Mettre en œuvre les techniques de rédaction, Utiliser les outils numériques pour communiquer efficacement
7. Un bloc thématique au choix parmi les blocs suivants :
 - 7.1 Concevoir une stratégie alliant contenu et expérience des publics, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie alliant contenu et expérience des publics
 - 7.2 Concevoir une stratégie d'influence, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie d'influence
 - 7.3 Concevoir une stratégie d'engagement, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie d'engagement
 - 7.4 Concevoir une stratégie éditoriale, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie éditoriale

Modalités d'évaluation :

1. Analyser l'environnement et l'organisation pour établir un diagnostic

Descriptif : Collecter l'information pertinente, Réaliser l'analyse et le diagnostic

Evaluation : Réalisation d'études, en situation professionnelle réelle avec commanditaires : rendu d'un rapport et d'une soutenance collectifs et d'une évaluation individuelle. Evaluation des connaissances contextualisées et de l'expérience in situ sous forme de cas, d'exposés professionnels et de rapports. Réalisation du mémoire de recherche à partir de la collecte de données du terrain : évaluation des capacités à problématiser, à construire une réflexion structurée via l'utilisation d'une démarche scientifique. Construction d'une veille opérationnelle évaluées via un travail personnel de mise en place d'un dispositif de veille.

2. Construire et proposer une stratégie de communication

Descriptif : Définir une démarche de communication, Concevoir le déploiement d'une stratégie de communication

Evaluation : Application sur une situation professionnelle réelle avec commanditaire, nécessitant un diagnostic et montrant les éléments étudiés, la capacité à l'analyse stratégique, la formulation de recommandations argumentées et applicables à la réalité de l'organisation. Lectures, exposés, participation orale et écrite. Réalisation du mémoire de recherche.

3. Piloter la communication d'une organisation ou d'un projet

Descriptif : Gérer le déploiement du plan de communication ou du projet, Concevoir et mettre en place les phases du plan ou du projet et son évaluation

Evaluation : Production de rapports de stage/rapports d'alternance avec évaluation individuelle écrite et soutenance ou non. Application sur une situation professionnelle réelle avec commanditaire, nécessitant un diagnostic et montrant les éléments étudiés, la capacité à l'analyse stratégique, la formulation de recommandations argumentées et applicables à la réalité de l'organisation.

4. Gérer et animer la fonction communication

Descriptif : Définir l'organisation du service et le gérer efficacement, Identifier les principaux risques juridiques

Evaluation : Evaluation sur les dimensions organisation et gestion du service communication via examen et via rapport de stage. Evaluation sur les dimensions juridiques via examen individuels. Evaluation sur les dimensions budgétaires via cas d'application et examen.

5. Adopter une posture professionnelle de communicant auprès des parties-prenantes

Descriptif : Se positionner comme professionnel, Mettre en œuvre les mécanismes et les principes de la communication et des médias

Evaluation : Evaluation sur cas d'application collectifs ou individuels, sur exercices individuels. Lectures, exposés, analyse de situation, examen, rapport de stage/rapport d'alternance. L'évaluation des capacités à construire une veille professionnelle est évaluée via un travail personnel de mise en place d'un dispositif de veille. Réalisation du mémoire de recherche.

6. Mettre en œuvre les fondamentaux techniques de la communication

Descriptif : Mettre en œuvre les techniques d'animation et d'expression orale, Mettre en œuvre les techniques de rédaction, Utiliser les outils numériques pour communiquer efficacement

- **Evaluation** : Evaluation sur rapport de stage/rapport d'alternance individuel, sur cas d'application collectifs ou individuels, sur exercices et exposés collectifs. Réalisation du mémoire de recherche.

7. Un bloc thématique au choix parmi les blocs suivants :

7.1 Piloter les contenus et gérer l'expérience et l'engagement des publics

Descriptif : Concevoir une stratégie alliant contenu et expérience des publics, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie alliant contenu et expérience des publics

Evaluation : Evaluation via analyse de situation, cas d'application, examen, exposés, réflexion collective autour des questions éthiques et rapports.

7.2 Piloter la réputation et l'influence des organisations

Descriptif : Concevoir une stratégie d'influence, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie d'influence

Evaluation : Evaluation via analyse de situation, cas d'application, examen, exposés, réflexion collective autour des questions éthiques et rapports.

7.3 Piloter l'expérience et l'engagement des publics

Descriptif : Concevoir une stratégie d'engagement, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie d'engagement

Evaluation : Evaluation via analyse de situation, cas d'application, examen, exposés, réflexion collective autour des questions éthiques et rapports.

7.4 Piloter les médias et produire les contenus

Descriptif : Concevoir une stratégie éditoriale, Mettre en œuvre et évaluer la stratégie éditoriale

Evaluation : Evaluation via analyse de situation, cas d'application, examen, exposés, réflexion collective autour des questions éthiques et rapports.