

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 29552**

### Intitulé

Chef de projet en communication

#### AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

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

Centre d'études supérieures alternées en communication  
(CESACOM)

Directeur

### Niveau et/ou domaine d'activité

**II (Nomenclature de 1969)**

**6 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

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

Le Chef de projet en communication, sous la responsabilité de son manager, en agence comme chez l'annonceur, est un polyvalent, "veilleur", stratège, créatif et commercial, en charge de tout l'opérationnel qu'il réalise et dont il assure le suivi en termes d'organisation et d'allocation de ressources humaines et financières.

Capacités attestées

1/ Construire un corpus de références pour préparer ou analyser le plan de communication

- mise en place de stratégies de veille
- pilotage des études terrain
- analyse d'une action de communication à conduire
- rédaction d'un reporting des actions de communication

2/ Préparer le plan d'action stratégique d'une proposition de solution de communication

- compréhension d'une demande de communication
- analyse des ressources à disposition et recueillies
- rédaction d'une proposition de communication à l'attention d'un client
- préparation du déploiement de la proposition

3/concevoir et préparer une (ou des) stratégie (s) de communication à sa direction

- analyser un secteur, une marque, des cibles
- élaboration des stratégies cross et transmédia in et off-line
- management d'équipes créatives
- management opérationnel
- participation à l'élaboration et au suivi des budgets
- choix des prestataires

4/ mettre en oeuvre des plans de communication

- elaboration de l'efficacité d'une proposition
- contrôle de la mise en oeuvre d'une action
- recadrage du travail de son équipe
- adaptation du propos et du message à ses interlocuteurs

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

Selon la taille de l'entreprise, les titulaires du titre peuvent être manager en stratégies de communication au sein :

- de grandes entreprises ;
- de PME-PMI
- au sein d'une agence de communication ;
- auprès de collectivités territoriales, institutions publiques ou associations.
  - responsable de communication interne
  - responsable de communication on-line
  - chargé de communication
  - attaché de presse
  - responsable marketing et communication
  - responsable de projets événementiels ou relations publiques
  - content manager
  - concepteur rédacteur
  - trafic manager

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

E1103 : Communication

E1104 : Conception de contenus multimédias

E1107 : Organisation d'événementiel

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1402 : Élaboration de plan média

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Evaluation n°1 - Construire un corpus de référence pour préparer ou analyser le plan de communication

Evaluation n°2 - Préparer le plan d'action stratégique d'une proposition de solution de communication

Evaluation n°3 - concevoir et préparer des stratégies de communication à sa direction

Evaluation n°4 - mettre en oeuvre des plans de communication

#### Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 29552 - Préparer le plan d'action stratégique d'une proposition de solution de communication	<p><b>Descriptif :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. s'approprier sur un temps court le dossier d'un annonceur pour en saisir les réalités.</li><li>2. Hiérarchiser les informations recueillies et mener une analyse rapide et efficace.</li><li>3. Présenter et valoriser ses propositions stratégiques et créatives pour convaincre un client.</li><li>4. Programmer le déploiement de sa proposition, la mobilisation des ressources humaines et financières nécessaires pour la rendre opérationnelle.</li></ol> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>L'étude de cas L'étude de cas a pour objet, la réalisation d'une recommandation stratégique sur la base d'un brief client. Il permettra au responsable de communication de travailler en un temps court et en autonomie. Lieu : au centre de formation Durée : 9 heures sous la forme d'un « devoir sur table ».</p> <p>Le « Groka » a pour objet, la réalisation d'une recommandation stratégique sur la base d'un brief client. Il permettra au responsable de communication de travailler en un temps court et en autonomie. Lieu : au centre de formation Durée : 9 heures sous la forme d'un « devoir sur table ».</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 29552 - concevoir et préparer des stratégies de communication à sa direction</p>	<p><b>Descriptif :</b>  Récueillir des informations sur un groupe, une entreprise, une marque, son marché et les acteurs de ce marché, ses cibles pour préparer son plan d'action.  Élaborer des stratégies de communication in et offline pour répondre à la demande du client.  Encadrer et guider le travail des équipes créatives pour obtenir la réalisation de messages pertinents et en cohérence avec les intentions du commanditaire.  Coordonner le travail des différentes équipes pour assurer un travail répondant au cahier des charges.</p> <p><b>Modalités d'évaluation :</b>  Mise en situation : Une entreprise, rencontrant une problématique demande au responsable de communication de lui faire des propositions pour la résoudre en lui proposant une stratégie de communication planifiée et correspondant au budget alloué. Les compétitions ont pour objet de permettre au responsable de communication de travailler avec ses équipes, partenaires et prestataires et de pousser ses stratégies créatives et des moyens jusqu'à la réalisation des outils préconisés pour les présenter, avec son équipe, devant l'annonceur.  Lieu : au centre de formation ou chez l'annonceur  Durée : 20 minutes de présentation en groupe.  Réalisation lors d'une semaine balisée  Format : 20 minutes de présentation.</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 29552 - mettre en oeuvre des plans de communication</p>	<p><b>Descriptif :</b>  1. Évaluer les propositions de ses équipes pour garantir le respect du cahier des charges du client ;  2. Analyser la mise en action des projets définis pour en garantir la pertinence et la faisabilité  3. hiérarchiser et prioriser son analyse pour faciliter la compréhension par ses équipes;  4. Redéfinir les objectifs et les priorités, les rôles de chacun et ses champs d'intervention pour garantir l'efficacité de la proposition au client.  5. Transmettre une information claire et précise, facilement utilisable et adaptée à chacun des interlocuteurs pour optimiser le temps et s'assurer d'une réponse en adéquation avec la demande.</p> <p><b>Modalités d'évaluation :</b>  réunion de cadrage  Le responsable de communication, après avoir récupéré le travail de l'équipe dont il a la responsabilité et après une analyse poussée lui fera part de ses recommandations stratégiques, créatives et commerciales. La réunion de cadrage a pour objet l'organisation, la planification, l'audit d'une proposition et l'évaluation de ses axes stratégiques et créatifs.  Lieu : au centre de formation ou chez l'annonceur.  Durée : 20 minutes de présentation en binôme.  Format : oral : 20 minutes de présentation.  Écrit : à l'issue de l'oral un dossier de synthèse est remis au jury</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 29552 - Construire un corpus de référence pour préparer ou analyser le plan de communication</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sélectionner des sources sur la base d'une veille structurée et rationalisée pour disposer d'une information pertinente, fiable et récente.</li> <li>2. Coordonner et superviser) des questionnaires pour enrichir sa veille auprès des consommateurs et d'experts.</li> <li>3. s'approprier un sujet pour en comprendre les réalités et les enjeux dan sle but de pouvoir faire des propositions pertinentes</li> <li>4. Rédiger une synthèse réflexive et construite pour disposer d'une information claire et utilisable.</li> </ol> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Présentation d'un corpus de références Présentation d'un corpus sur la base de la data existante et la conduite d'études quantitatives et qualitatives qui permettra au responsable de communication de constituer un corpus récent, fiable et utile – pour lui-même et pour ses « clients internes » : direction, managers, opérationnels – à l'élaboration des actions de communication</p> <p>Durée : La réalisation est programmée sur la dernière année de formation du candidat, Format : Remise d'un mémoire en 2 exemplaires. La soutenance Lieu : au centre de formation Durée : 40 minutes Format : 15 minutes de présentation suivie de 25 minutes de discussion avec le jury sur le sujet proprement dit et son approfondissement, le retour d'expérience, les ouvertures possibles.</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	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
En contrat d'apprentissage	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
Après un parcours de formation continue	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
En contrat de professionnalisation	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
Par candidature individuelle	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique

Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
---	---	--

	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 11 janvier 2012 publié au Journal Officiel du 19 janvier 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de communication" avec effet au 30 septembre 2009, jusqu'au 19 janvier 2017.

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

##### Références autres :

Arrêté du 27 décembre 2017 publié au Journal Officiel du 30 décembre 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chef de projet en communication" avec effet au 19 janvier 2017, jusqu'au 30 décembre 2019.

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

##### Autres sources d'information :

##### Lieu(x) de certification :

CESACOM  
363 bis, rue des Pyrénées  
75020 Paris

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

- CESACOM Paris - 363 bis, rue des Pyrénées - 75020 Paris
- OG - CESACOM Lille - 80 boulevard Carnot - 59000 Lille
- C O D Formation - FORMASUP, Bordeaux - 89 quai des chartrons - 33300 Bordeaux
- ISPN - Institut supérieur et professionnel de Normandie Caen - 9 rue du colonel Rémy - 14 000 Caen
- Provence formation - ISFAP, Avignon - 11, Avenue des Sources 84000 Avignon
- Institut pour la formation et le conseil - IFC :
- \* 60 allée Wilhem Roentgen - 34 000 Montpellier
- \* 250 rue du 12ème régiment zouaves - 84094 Avignon Cedex 9
- Formasup Campus - 89 quai des Chartrons - 33300 Bordeaux
- AIFCC - 7 rue du Professeur Rousselot - BP 65036 - 14077 Caen
- OG - CESACOM - 80 boulevard Carnot - 59800 Lille
- KEYCE international academy - 275 rout de Nîmes - 34170 Castelnau Le Lez
- Ecole nantaise de commerce - ENC - 6, rue Crebillon - 44000 NANTES
- ISPN - 6, avenue du Maréchal Montgomery - 14000 CAEN

##### Historique de la certification :

**Certification précédente :** Responsable de communication