

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 31916**

### Intitulé

Manager des stratégies marketing et communication

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Institut européen de la communication et des médias (IECM), Mediaschool executive education	Directeur, Directeur

Chaque certificateur est en mesure de délivrer la certification en son nom propre

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

312 Commerce, vente, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

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

Le Manager des stratégies marketing et communication est un acteur essentiel de la réussite et du développement d'une entreprise, car il assure la double mission de mettre en adéquation son offre produit ou service avec son marché et de contribuer à son rayonnement et sa notoriété, en améliorant sa visibilité et la lisibilité de son identité, de ses valeurs et de sa singularité. Son activité peut revêtir deux formes de conditions d'exercice :

Au sein d'un cabinet spécialisé - agence de conseil en stratégie, en communication ou en marketing, il gère un portefeuille de clients externes.

Chez l'annonceur, il dirige un service dédié et est pleinement intégré à son entité. Quel que soit son secteur d'activité, celle-ci peut être de dimension locale, nationale ou internationale, avoir ou non un but lucratif ; il peut s'agir aussi bien d'une entreprise publique ou privée que d'une institution, d'une association ou encore d'une collectivité.

Dans un cas comme dans l'autre, son rôle est toujours de conseiller la direction générale de la structure, en élaborant une stratégie marketing et communication porteuse de développement et en cohérence avec sa politique et son positionnement.

Travaillant au point de rencontre entre une « marque » et un public, le Manager des stratégies marketing et communication évolue dans un environnement complexe, où il doit composer avec des variables objectives et mesurables - la conjoncture économique, la situation du marché, l'état de la concurrence..., des paramètres évolutifs - les besoins des usagers, leur comportement d'achat ou de consommation... et des données éminemment subjectives - le désir, la recherche d'émotions, les aspirations contradictoires... Par conséquent, s'il s'appuie sur une parfaite compréhension de la marque - son offre, son marché et son public, il le fait en conjuguant des approches à la fois rationnelle et intuitive, convoquant aussi bien ses capacités d'analyse et de déduction que sa sensibilité et son instinct.

En raison de la très grande variété d'environnements professionnels dans lesquels il est susceptible d'intervenir, les champs d'action du Manager des stratégies marketing et communication présentent une forte hétérogénéité. Selon ses conditions d'emploi, il exerce tout ou partie des activités suivantes :

#### **A- Le management de l'information et des études stratégiques**

A1- L'exercice d'une veille stratégique

A2- Le management de la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs

A3- La conduite et l'exploitation d'études marketing

#### **B- Le management de la stratégie marketing et communication**

B1- Le diagnostic marketing de son entité cliente

B2- L'élaboration de la stratégie marketing/communication

#### **C- Le pilotage des plans marketing et communication**

C1- Le management d'équipes

C2- Le management de projet

#### **D- Le management de la stratégie digitale**

#### **E- La représentation de son entreprise et le management de réseau**

Compétences attestées. Le (la) titulaire est capable de:

Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques

Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente

Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication

Manager la stratégie digitale de son entité cliente

Représenter son entreprise et manager son réseau

Blocs de compétences

#### **Bloc A : Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques**

Compétence A1 : **Exercer une veille stratégique**

En définissant l'organisation et les modalités de collecte de l'information et en ciblant les sources pertinentes au regard des problématiques à traiter, exercer une veille stratégique sur le secteur d'activité de son entité cliente, afin d'identifier les tendances et évolutions de son environnement professionnel et d'en anticiper les effets.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

Une note de synthèse sur les évolutions et tendances d'un marché

Etude de cas

Travail individuel

Production écrite

Compétence A2 : **Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs**

Au regard du caractère massif et instantané des informations accessibles du fait de la digitalisation des pratiques de consommation, manager une stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs, en déterminant les systèmes, outils, méthodes et canaux à utiliser, dans le respect de la réglementation en vigueur.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

La définition d'une stratégie de management des données clients/utilisateurs

Etude de cas

Travail individuel

Production orale et écrite

Compétence A3 : **Conduire et exploiter des études marketing**

En définissant leur problématique, leur nature et leur cadre méthodologique, conduire et exploiter des études marketing, afin d'analyser les relations de son entité cliente avec son marché et d'en tirer des préconisations stratégiques.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

Une étude marketing et son analyse interprétative et prescriptive

Etude de cas

Travail collectif

Production écrite

**Bloc B : Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente**

Compétence B1 : **Etablir le diagnostic marketing de son entité cliente**

En élaborant et mettant en oeuvre une démarche d'investigation associant les différentes parties prenantes de son entité cliente, établir son diagnostic marketing, en clarifiant – en accord avec sa direction générale – son positionnement et les éléments distinctifs de son identité.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

Le diagnostic marketing d'une entité cliente et la formalisation de sa plateforme de marque

Etude de cas

Travail individuel

Production orale et écrite

Compétence B2 : **Elaborer les stratégies marketing et communication de son entité cliente**

En cohérence avec la politique et les projets de développement de son entité cliente et en s'appuyant sur son diagnostic marketing, élaborer sa stratégie marketing et communication, en définissant les objectifs poursuivis et en les traduisant dans un plan d'actions opérationnelles négocié et validé par la direction générale.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

La définition d'une stratégie marketing et communication omnicanal

Etude de cas

Travail individuel

Production orale et écrite

**Bloc C : Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication**

Compétence C1 : **Manager les équipes impliquées**

En définissant et en mettant en oeuvre des méthodes adaptées à son environnement de travail et à la pluralité de profils de ses collaborateurs, manager les équipes impliquées dans la réalisation des plans marketing et communication, en favorisant l'intelligence collective et la créativité dans le respect du cadre imposé.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

1/ Les modalités de management d'une équipe de travail ou projet

Etude de cas

Travail individuel

Production écrite

2/ La conduite d'un entretien individuel ou l'animation d'une réunion de travail

Mise en situation

Travail collectif

Production orale

Compétence C2 : **Manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication**

En définissant les méthodes et modalités de pilotage de son portefeuille de projets, manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication, en évaluant l'efficacité et les résultats des actions entreprises et en capitalisant les meilleures pratiques identifiées.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

1/ Les modalités de pilotage d'un projet marketing et/ou communication comprenant :

Etude de cas  
Travail individuel  
Production écrite  
2/ La sélection de prestataires

Etude de cas  
Travail individuel  
Production écrite

#### **Bloc D : Manager la stratégie digitale de son entité cliente**

Compétence D : **Manager la stratégie digitale de son entité cliente**

En l'intégrant de façon cohérente, coordonnée et complémentaire avec le plan de développement global de son entité, manager sa stratégie digitale, en définissant ses modalités de présence, de visibilité et d'interaction en ligne avec sa communauté de clients/utilisateurs et en supervisant l'efficacité des actions mises en oeuvre.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

La définition d'une stratégie digitale

Etude de cas  
Travail individuel  
Production orale et écrite

#### **Bloc E : Représenter son entreprise et manager son réseau**

Compétence E : **Représenter son entreprise et manager son réseau**

En adoptant une posture, un langage et un mode de communication adaptés à la situation et conforme à ses valeurs et son positionnement, représenter son entreprise en interne et en externe, afin - notamment - de développer un réseau de relations stratégique porteur d'opportunités pour sa marque.

*Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation*

1/ La conduite d'une réunion publique

Mise en situation

Travail individuel

Production orale

2/ La constitution d'un réseau professionnel sur une plateforme dédiée

Mise en situation

Travail individuel

Production écrite

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

Chez les annonceurs : PME-PMI, groupes internationaux, collectivités territoriales, associations...

En agence de communication

En indépendant, en tant que consultant

Chef(fe) de projets communication/marketing/événementiel/digital/relations presse - Consultant(e) communication/marketing/digital - Directeur(trice) communication/marketing - Responsable communication/marketing/événementiel/digital - Consultant(e) SEM (SMO/SEA/SEO) - Digital brand manager (Responsable de la marque en ligne) - Traffic manager - Social media manager

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

**E1103** : Communication

**E1401** : Développement et promotion publicitaire

**E1402** : Élaboration de plan média

**M1705** : Marketing

**M1707** : Stratégie commerciale

#### **Réglementation d'activités :**

Pour pouvoir exercer de façon statutaire au sein d'une collectivité territoriale, la présentation et la réussite du concours d'attaché territorial sont impératives.

### **Modalités d'accès à cette certification**

#### **Descriptif des composantes de la certification :**

La certification est composée des 5 blocs de compétences suivants :

Bloc A : Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques

Bloc B : Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente

Bloc C : Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication

Bloc D : Manager la stratégie digitale de son entité cliente

Bloc E : Représenter son entreprise et manager son réseau

La validation cumulative des 5 blocs de compétences est nécessaire à l'obtention du titre de *Manager des stratégies marketing et communication*.

**Validité des composantes acquises : 2 an(s)**

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement
En contrat de professionnalisation	X		50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement
Par candidature individuelle	X		50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement
Par expérience dispositif VAE prévu en 2007	X		50% professionnels du secteur et 50% représentants de l'établissement

	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 12 juillet 2010 publié au Journal Officiel du 22 juillet 2010 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé Directeur de la communication, avec effet au 22 juillet 2010, jusqu'au 22 juillet 2015.

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

#### Références autres :

Arrêté du 14 février 2019 publié au Journal Officiel du 22 février 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification de l'intitulé et des codes NSF

Arrêté du 11 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 18 décembre 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, sous l'intitulé "Directeur de la communication", avec effet au 3 décembre 2018, jusqu'au 18 décembre 2023.

Arrêté du 26 novembre 2015 publié au Journal Officiel du 3 décembre 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Directeur(trice) de la communication" avec effet au 22 juillet 2015, jusqu'au 3 décembre 2018.

### Pour plus d'informations

#### Statistiques :

Environ 350 certifiés par an en moyenne

#### Autres sources d'information :

<http://www.mediaschool.eu>

#### ECS

[Mediaschool Executive Education](#)

#### Lieu(x) de certification :

Institut européen de la communication et des médias (IECM) : Île-de-France - Paris ( 75) [Paris]

Mediaschool executive education : Île-de-France - Paris ( 75) [Paris]

Institut Européen de la Communication et des Médias - IECM-ECS Paris - 9 rue Lekain - 75016 Paris

MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION - 22 rue Duban - 75016 Paris

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

MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION - 22 rue Duban - 75016 Paris / 10-12 rue Lyautey 75016 Paris

ECS Paris - 9 rue Lekain - 75016 Paris

ECS Nice - 30 Avenue Jean Médecin - 06000 Nice

ECS Toulouse - 35 allée Jean Jaurès - 31000 Toulouse

ECS Strasbourg - 16 rue du bassin d'Austerlitz - 67100 Strasbourg

ECS Marseille - 408 avenue du Prado - 13008 Marseille

ECS Rennes - 4 Rue Beaumanoir - 35000 Rennes

ECS Reims - 19, rue du Cadran-Saint-Pierre - 51100 Reims

ECS Bruxelles - 935 Chaussée de Waterloo - 1180 Bruxelles (Uccle)

ECS Londres - Richmond University, (Kensington Campus), Asa Briggs Hall, 7-17 Ansdell Street - London W8 5BN - UK

ECS Barcelone - ECS c/o ESERP, Calle Girona, 24 - 08010 Barcelona

ETS - 63 rue Ampère - 75017 Paris

EPH - 15 Avenue de la Grande Armée - 75016 Paris

Elysées Alternance - 10 rue de la Pierre Levée - 75011 Paris

Supdeweb - 10-12 rue du Lyautey 75016 Paris

**Historique de la certification :**