

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 25513**

### Intitulé

DIPLOVIS : Diplôme visé Responsable communication et médias

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
SciencesCom - Audencia group	Directeur d'Audencia group , Recteur de l'académie de Nantes

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

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

Le Responsable Communication et Médias travaille de façon autonome dans un cadre de délégation.

Il définit les orientations de la politique de communication ou de production des contenus.

Il conçoit et met en oeuvre une stratégie de communication ou une stratégie de contenus à partir de la stratégie globale de l'organisation, dans laquelle la communication et les contenus apparaissent comme la résolution possible d'une problématique complexe dans les relations de l'organisation avec ses parties prenantes internes et externes.

Il pilote la mise en oeuvre du plan de communication en termes de stratégie des moyens, de rythme des campagnes, de tonalité des messages et, en fonction de la stratégie de marque, de la stratégie corporate ou de la stratégie médias, en lien avec les directions marketing, communication, programmation et/ou la direction générale.

Il est amené à réaliser : une analyse des contextes socio-politique et socio-économique dans lesquels s'inscrit l'organisation, une analyse des besoins et attentes des publics internes et externes, une définition des cibles primaires et secondaires, un diagnostic interne et externe du positionnement de la marque ou de l'entreprise, la conception du discours de marque ou/et du discours corporate, la conception de briefs stratégiques et créatifs, la production et le pilotage des contenus éditoriaux traditionnels ou en ligne, l'organisation des études de perception, d'audience et d'opinion, pour établir des diagnostics des opportunités et de menaces pour l'organisation, des diagnostics de l'image et de la notoriété de l'entreprise, la conception et le pilotage des dispositifs opérationnels de communication ou de médiatisation avec les équipes compétentes.

Le titulaire de la certification est capable de :

- Analyser, évaluer, diagnostiquer les besoins en communication de l'organisation,
- Créer et proposer une stratégie de communication en cohérence avec la stratégie générale de l'organisation,
- Définir, mettre en oeuvre et mesurer les moyens et les supports de communication adaptés,
- Mettre en oeuvre, contrôler et évaluer le plan média et les dispositifs hors médias,
- Concevoir et définir la communication institutionnelle avec une politique de relations publiques,
- Contribuer à la réflexion stratégique et conseiller la direction,
- Définir les dispositifs de consultation et de collaboration avec les prestataires de la communication,
- Animer l'équipe du service communication,
- Assurer le respect des règles juridiques de l'action communication ; proposer et gérer le budget du service,
- Définir et concevoir des supports d'information et de communication, un projet éditorial, une production audiovisuelle,
- Gérer l'information écrite (ex : bilan, rapport d'activité, journal interne, communiqué de presse, catalogue, affichage),
- Gérer l'information orale,
- Gérer l'information et sa communication personnelle dans un contexte international,
- Identifier, définir, enrichir son parcours et ses objectifs professionnels,
- Connaître l'environnement socioprofessionnel.

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

Tous secteurs d'activité, privés et publics, concernés par les besoins en communication.

Le professionnel « Responsable Communication et Médias » est amené à exercer son activité :

- au sein d'agences conseil en communication ou d'agences conseil en média qui peuvent être des grands groupes de communication ou de médias,
- au sein d'entreprises dans des secteurs très variés, qui souhaitent mettre en place une direction de communication intégrée ou qui ont déjà organisé la fonction communication en leur sein.

Emplois dans des entreprises, des institutions et collectivités, des agences conseil en communication, des médias, des télévisions locales, des sociétés de production audiovisuelle et éditoriale, ...

- En agence conseil : médiaplaner, coordinateur international de campagne, community manager de la marque, planneur stratégique, consultant en communication interne, corporate, pour la RSE, locale, chef de projet communication, chef d'édition, chef de publicité, directeur de production.

- En fonction intégrée en entreprise ou dans la sphère publique : responsable de la communication externe, responsable de programme, responsable des partenariats, rédacteur journaliste, chargé de l'attractivité, chargé de production de contenu on line, responsable de la

communication locale, responsable de la communication interne, chargé de communication locale.

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

E1103 : Communication

E1402 : Élaboration de plan média

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1106 : Journalisme et information média

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

La certification est délivrée suite à des évaluations sur les éléments suivants :

Communication et marketing : conception et planification, comprenant « Marketing » et « Stratégie de la communication » - Les évaluations portent sur des cas d'application, en situation professionnelle réelle avec commanditaire. Ces cas impliquent la maîtrise des outils marketing et de communication, la capacité à l'analyse stratégique, la formulation de recommandations argumentées et applicables à la réalité de l'organisation.

Etudes, conseils et conception éditoriale : méthodologie et mise en oeuvre, comprenant « Méthodologie des études appliquées à la communication et aux médias », « Pilotage de la communication » - Les évaluations portent sur la réalisation de projets de communication ou de production de contenus dans le cadre des micro-agences®. Il s'agit d'un travail collectif évaluant les capacités à répondre de manière opérationnelle à des problématiques et à des demandes clients : étude de perception, étude de satisfaction, étude de tendances, étude d'audience, mission de conseil en communication, conception de dispositifs de communication, de production de contenus éditoriaux...

Enjeux sociétaux et informationnels, comprenant « Méthodologie de la recherche », « Veille informationnelle » et « Culture professionnelle » - Les évaluations portent sur une dissertation théorique et l'élaboration d'un dispositif de veille informationnelle qui évaluent les capacités d'analyse conceptuelle, d'écriture et de mise en perspective.

Communication des organisations, espace public et médias - L'évaluation se fait sur la base d'un cas sur la communication médiatique en période de crise, qui met en situation d'identifier les caractéristiques de la crise et d'organiser une stratégie de communication adéquate et simulation impliquant la gestion d'une crise face à un journaliste.

Enjeux internationaux - Les évaluations consistent en différents dispositifs de validation à l'initiative du partenaire international telles qu'établies dans le cadre d'un accord de coopération. Ces dispositifs impliquent l'échange en langue anglaise, l'analyse et la prise en compte des enjeux interculturels et la découverte des pratiques professionnelles à l'étranger.

Projet professionnel et développement des compétences - Evalué à travers la présentation d'un projet personnel construit et argumenté et la remise d'un rapport d'analyse de la situation professionnelle en cours ou en fin de stage.

Marketing et stratégies des médias - L'évaluation porte sur un rapport écrit et une soutenance réalisés à l'issue d'un travail collectif concernant un cas d'application de mise en situation pour traiter une problématique concrète d'une entreprise de distribution audiovisuelle, allant de l'analyse du marché à la conception d'une stratégie innovante.

Communication de marque - Evaluation au travers du développement d'un projet de pilotage de marque concernant un cas d'application en lien avec une stratégie publicitaire .

Marketing et stratégies des médias - L'évaluation porte sur un rapport écrit et une soutenance réalisés à l'issue d'un travail collectif concernant un cas d'application de mise en situation de traiter une problématique concrète d'une entreprise de distribution audiovisuelle, allant de l'analyse du marché à la conception d'une stratégie innovante.

Conception éditoriale - Evaluation d'un rapport et d'une présentation orale, portant sur la gestion d'un projet éditorial et sur la compréhension de la thématique à traiter, la recherche et l'analyse de l'information, la mise en forme écrite de l'information.

Production des médias : environnement, métiers, techniques, comportant « Approches typologiques des écritures médias » et « Marketing rédactionnel ». Evaluation d'un rapport écrit et d'une soutenance concernant un cas d'application de production.

Programmation : stratégie et innovation - Evaluation de la résolution d'un cas d'application impliquant une présentation orale collective. Cet exercice permet d'évaluer la capacité à utiliser les outils de programmation, à analyser l'existant pour ensuite élaborer une grille de programmation répondant à un cahier des charges.

**Validité des composantes acquises : 5 an(s)**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Président de jury (désigné par le recteur d'académie et appartenant à un corps d'enseignants-chercheurs)</li> <li>- Représentant du recteur de l'académie de Nantes</li> <li>- Vice président (désigné par le recteur d'académie et appartenant à un corps d'enseignants-chercheurs)</li> <li>- Directeur général d'Audencia group</li> <li>- Directeur académique d'Audencia group</li> <li>- Directeur du programme SciencesCom</li> <li>- Directeur des études SciencesCom</li> </ul>

En contrat d'apprentissage	X	Idem supra
Après un parcours de formation continue	X	Idem
En contrat de professionnalisation		X
Par candidature individuelle		X
Par expérience dispositif VAE prévu en 2015	X	- Un dirigeant d'entreprise, président du jury - Un praticien dirigeant d'entreprise, représentant des employeurs - Un praticien cadre d'entreprise, représentant des salariés - Un professeur intervenant au sein du dispositif de certification - Le responsable du dispositif de certification

	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 :

Renouvellement du visa bac+5 par arrêté du 6 juillet 2015 pour une durée de 5 ans (BO ESR 27 août 2015)

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

Obtention du 1er visa du diplôme par arrêté du 19 juin 2007 avec effet rétroactif au 1er septembre 2006 pour 3 ans (JO du n°156 du 7 juillet 2007)

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

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

Environ 100 bénéficiaires par an

##### Autres sources d'information :

<http://www.sciencescom.org/>

SciencesCom

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

SciencesCom, 1 rue Marivaux - BP 80303 - 44003 Nantes Cedex 1

Adresse administrative : Audencia group, 8 route de la Jonelière - BP 31222 - 44312 Nantes Cedex 3

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

SciencesCom, 1 rue Marivaux - BP 80303 - 44003 Nantes Cedex 1

##### Historique de la certification :

Création en 1984

2700 diplômés à ce jour