

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28148**

Intitulé

Chargé(e) du marketing et de la communication

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Conseil formation qualification (CFQ) - Institut supérieur interprofessionnel de formation en alternance (ISIFA)	Directeur

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (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 (la) chargé(e) du marketing et de la communication contribue à gérer l'image d'une organisation (entreprises ou toute autre entité) en déclinant dans la stratégie de cette organisation une communication produits ou de service. Il (elle) contribue ainsi à la notoriété, au développement et au déploiement de l'efficacité économique de sa structure ou pour celle d'un client. Il (elle) fait le lien entre marketing et communication, favorise et renforce ainsi le développement commercial en amont et en aval.

Il (elle) peut être chargé(e) de la communication d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une ligne de produit ou d'une marque.

Ses missions marketing/communication seront plus ou moins spécialisées en fonction de la taille et de l'organisation interne de l'entreprise qui l'emploie.

Ces activités se distribuent autour de quatre pôles de compétences :

- la gestion et l'administration des ventes et de la distribution
- la participation à l'action marketing de l'entreprise,
- la négociation des contrats et conclusion des ventes
- le management des équipes commerciales

Le (la) titulaire est capable de :

- gérer et administrer des ventes et de la distribution,
- participer à l'action marketing de l'entreprise,
- négocier des contrats et conclusion des ventes,
- manager des équipes commerciales.

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

Tous secteurs d'activité industrielle et de services.

Toutes collectivités utilisant la communication et le marketing

Chef de projet adjoint internet/intranet Chef adjoint de publicité, chef adjoint de groupe en agence Responsable de clientèle Directeur commercial adjoint Directeur adjoint de la communication et des relations publiques

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1401 : Développement et promotion publicitaire

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

L'aptitude au travail en équipe est appréciée dans le cadre de mise en situation professionnelle et de jeux de rôle.

La qualité des relations avec les partenaires de travail est appréciée par observation en période de stage.

Le rapport permet de vérifier la capacité de prise en compte de la concurrence et d'anticipation de stratégies d'adaptation. Il permet aussi d'évaluer la pertinence des stratégies marketing proposées, la capacité d'utiliser les outils marketing et de réaliser un chiffrage pertinent et un budget global.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 28148 - Stratégie du marketing et de la communication</p>	<p>Compétences professionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer un projet média à partir d'une situation de communication et/ou de marketing - Définir un budget de fonctionnement de son activité - Mettre en place un plan d'action dans la conduite d'une campagne publicitaire, commerciale et/ou promotionnelle - Elaborer une recherche de collaboration interne et externe - Coordonner un travail en équipe - Faire une étude marketing en prenant en compte tous les éléments du produit, de la stratégie commerciale et de la veille concurrentielle - Appliquer des données économiques et stratégiques dans la manière de conduire et d'appliquer son plan de communication - Elaborer un plan de communication en lien avec la promotion d'une action de marketing - Evaluer une action marketing et appliquer les retombées à travers un reporting <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas pratique et cas d'entreprise <p>Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 28148 - Conduite de projets marketing et de communication</p>	<p>Compétences professionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédiger un cahier des charges - Rédiger des contenus média dans le cadre d'une campagne marketing, promotionnelle et publicitaire - Réaliser des supports visuels à partir d'outils informatisés (logiciels, banque d'images, dessins...) - Editer un chemin de fer en vue d'une publication éditoriale - Créer des plaquettes de présentation d'une action de communication - Mettre en place des supports de gestion d'une action marketing et/ou de communication - Gérer des outils médias et apporter des conseils avisés sur la réalisation de supports médias - Appliquer la réglementation en matière de la gestion des publications et de l'information auprès des médias (TV, presse...) - Animer et coordonner une équipe à, partir d'un thème de travail - Expliquer par écrit et par oral sa stratégie de projet aux commerciaux et à sa hiérarchie - Développer une communication en interne pour la mise en place d'une action - Présenter une documentation travaillée en CAO/DAO - Développer et administrer un site web <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas pratique et cas d'entreprise <p>Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 28148 - Gestion des relations publiques et gestion des évènements	<p>Compétences professionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer une diffusion de l'information auprès des médias - Rédiger des textes publicitaires - Elaborer un plan de diffusion média - Calculer un budget média - Mettre en place un plan de déploiement de l'information auprès des relations publiques <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas pratique et cas d'entreprise <p>Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence</p>
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 28148 - Gestion administrative, financière et juridique applicable à la conduite de projet en marketing et communication	<p>Compétences professionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer et calculer le coût financier d'une action de communication - Réaliser un devis de ses actions - Rédiger une convention de partenariat - Appliquer des règles de diffusion sur un plan média (actions publicitaires presse, TV, radio, net....) - Elaborer un plan stratégique pour définir le choix des médias à utiliser - Budgéter une action dans son ensemble et en répartir les différents postes - Elaborer et appliquer les données d'un cahier des charges pour la définition des prestataires - Réaliser le bilan d'une action en réalisant des tableaux d'étude des coûts - Veiller à l'application des droits de l'information (réglementation légale de la gestion de l'information en fonction de son secteur d'activité) - Démontrer sa capacité à exploiter des outils de gestion tableur, base de données, logiciels spécifiques médias <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas pratique et cas d'entreprise <p>Un certificat sera remis à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétence</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	<p>Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président</p> <p>Nombre de personnes composant le jury Sept</p> <p>Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%)</p> <p>Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%</p>
En contrat d'apprentissage	X	<p>Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président</p> <p>Nombre de personnes composant le jury : Sept</p> <p>Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%)</p> <p>Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%</p>

Après un parcours de formation continue	X	Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président Nombre de personnes composant le jury : Sept Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%) Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%
En contrat de professionnalisation	X	Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président Nombre de personnes composant le jury : Sept Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%) Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%
Par candidature individuelle		X
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	Qualité du président du jury et mode de désignation Le jury est composé de sept membres désignés par le Directeur Pédagogique, président Nombre de personnes composant le jury : Sept Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification 4/7 (57%) Précisez la répartition des représentants des salariés et des employeurs en pourcentage : 50%

	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 2 juillet 2012 publié au Journal Officiel du 7 août 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé du marketing et de communication" avec effet au 31 juillet 2008 jusqu'au 7 août 2017.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 07 avril 2017 publié au Journal Officiel du 21 avril 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé(e) du marketing et de la communication" avec effet au 21 avril 2017, jusqu'au 21 avril 2021.

Pour plus d'informations

Statistiques :

ENVIRON 16 CERTIFICATIONS PAR AN

Autres sources d'information :

SITE INTERNET www.isifa.fr

ISIFA

Lieu(x) de certification :

Conseil formation qualification (CFQ) - Institut supérieur interprofessionnel de formation en alternance (ISIFA) : Île-de-France - Hauts-de-Seine (92) [Issy-les-Moulineaux]

CFQ - ISIFA

3, Rue Vaudétard

92130 ISSY-LES-MOULINEAUX

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

- CFQ - ISIFA 3, Rue Vaudétard 92130 Issy-Les-Moulineaux

- ECOTEC 164 - rue du faubourg St Honoré - 75008 Paris

- Ecole Supérieure des Pays de Loire (ESPL) -19, Rue André le Nôtre - 49066 Angers cedex 01

- AFTEC - 23 rue Kerautret-Botmel - CS 36714 - 35067 Rennes
- AFTEC - P.A. de Laroiseau - 14 rue Anita Conti - 56000 Vannes

Historique de la certification :

Certification précédente : Chargé du marketing et de communication