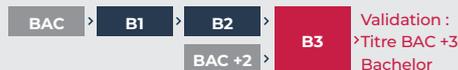


RESPONSABLE COMMUNICATION

	TITRE RNCP ¹ : 39249 (JO 15/09/2021)
	NIVEAU 6 : Cadre Européen des Certifications
	26X32058
	CERTIFICATEUR : ECORIS

Prérequis

Intégration en 1^{ère} année : BAC ou équivalent
 Intégration en 3^{ème} année : BAC +2 (BTS, DUT, etc.)



Autre situation : contacter GFS

Voies d'accès à la formation

L'accès à une action de formation varie en fonction de votre parcours antérieur, de votre situation actuelle et de votre projet futur.

Alternance

> Acquérir une expérience significative, se professionnaliser

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
 Formation en alternance financée par un Opérateur de Compétences (OPCO) ou un établissement public.
 La formation est gratuite pour le bénéficiaire.

Initiale alternée

> Découvrir le monde de l'entreprise avec une immersion professionnelle

Formation initiale alternée financée par l'apprenant :
 Frais d'inscription annuels : 150 € net*
 1^{ère} et 2^{ème} année : 3500 € net ; 3^{ème} année : 5500 €
 *350 € net pour les étudiants qui viennent de l'étranger.
 Possibilité de demander un financement total ou partiel à l'entreprise, dans le cadre d'un partenariat éducatif.

Formule pro

> Se réorienter (reconversion), développer et valider ses compétences

Pour les salariés, demandeurs d'emploi, indépendants, avec expérience professionnelle (selon votre statut) : Compte personnel de formation (CPF), Plan de Développement des Compétences (PDC), CPF de Transition, Promotion par l'alternance (Pro-A), Contrat de Sécurisation Professionnelle (CSP).

Votre validation peut être réalisée en VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

Rythme de la formation

Grâce à des périodes alternées en entreprise et en centre de formation, le rythme de formation permet de concilier une formation complète avec une immersion professionnelle.

Durée de la formation

Nombre d'heures : 550 h. La durée du parcours de formation est modulable selon la voie d'accès.

Public

Alternants, salariés, étudiants, demandeurs d'emploi, travailleurs indépendants

 Accessible aux personnes en situation d'handicap (PSH)

Admission

Candidature en ligne ou sur Parcoursup.
 Recrutement sur dossier, entretien, étude personnalisée de votre projet de formation avec un conseiller en réussite professionnelle et courrier d'admission.

Objectifs et exemples de missions

Le Responsable Communication et Événementiel contribue à la définition et à la mise en œuvre de la politique de communication générale de la structure dans laquelle il exerce. Il déploie des actions de communication et des projets événementiels. Il est en charge de la promotion de l'image de marque de l'entreprise, de ses produits et de ses réalisations auprès de ses différents publics. Sur la partie événementielle, il est chargé de l'organisation des manifestations de A à Z. Il définit le plan de communication. Il établit une veille informationnelle et supervise la réalisation de visuels en lien avec les équipes créatives. Bien souvent, il a également la responsabilité des réseaux sociaux sur lesquels l'entreprise est présente et contrôle la stratégie rédactionnelle de l'entreprise.

- > Promouvoir l'image de marque de l'entreprise
- > Élaborer une veille mercatique pour l'entreprise
- > Participer à la mise en œuvre d'une stratégie de marketing et Communication
- > Gérer des actions et supports de communication
- > Conceptualiser, créer et gérer des événements d'entreprise
- > Gérer les réseaux sociaux

Suite de parcours et débouchés professionnels

Cette formation permet de poursuivre vos études vers un titre de **niveau 7** ou d'accéder à un emploi :

- > Responsable communication
- > Responsable / Chargé(e) de communication digitale
- > Responsable / Chargé(e) de communication événementielle
- > Chargé(e) de projet
- > Chargé(e) de communication externe

Encadrement

Chaque apprenant bénéficie d'une formation et d'un suivi pédagogique individualisé, encadré par les formateurs, un responsable pédagogique et un conseiller en réussite professionnelle. Les membres de cette équipe sont les interlocuteurs privilégiés de l'apprenant pour la réussite de son parcours pédagogique et professionnel.

La liste des formateurs correspondant à la formation suivie est remise avant l'entrée en formation, lors de l'entretien avec le conseiller en réussite professionnelle.

Un accompagnement individualisé se crée avant, pendant et après la formation.

Pour aller plus loin

Pour plus de détails sur ce parcours de formation, rendez-vous sur le site de France Compétences <https://francecompetences.fr> puis entrez le code RNCP de cette fiche. Vous pourrez également télécharger la fiche **Europass** de la formation.

Pour valoriser vos compétences et gérer votre carrière en France ou en Europe, rendez-vous sur la plateforme Europass : <https://europa.eu/europass/fr>  europass



ENT
 Planning, notes, ressources



Microsoft 365
 Adresse email et applications



WIFI
 & vidéoprojecteur dans chaque salle



Logiciels métiers
 et/ou certifications



Bibliothèque & revues
 à disposition



Accès photocopieur
 et numérisation



Espace de vie
 sur place

ORGANISATION DE LA FORMATION

Formation de 1 an, adaptée selon parcours antérieur.
 La formation est multimodale avec présence en centre, formation à distance (FOAD), formation en situation de travail (FEST).
 Pour chaque stagiaire, un planning adapté à son statut est joint à la convention de formation.
 La répartition horaire par matière ou par module est susceptible de subir des modifications en fonction du niveau initial de l'apprenant et/ou du groupe, de son parcours individualisé et de son accompagnement. Il en est de même pour le programme.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Pédagogie active : cas pratiques, participation à des concours, pédagogie inversée, partenariats pédagogiques avec des entreprises, thématiques professionnelles.

DÉLAI D'ACCÈS À LA FORMATION

De 1 jour à 3 mois en fonction du financeur.

HORAIRES

La formation se déroule par demi-journées : de 8 h 15 à 12 h 00 et de 13 h 00 à 16 h 45. Des masterclass peuvent être proposées en sus après 17 h 00.

NOMBRE DE STAGIAIRES

Un groupe de 5 à 30 participants.

SUIVI DE L'EXÉCUTION DU PROGRAMME

Un émargement est réalisé par demi-journée, il est signé par l'apprenant et le formateur. L'apprenant reçoit à son inscription des codes personnels pour consulter son planning, des ressources pédagogiques et ses résultats d'évaluations sur l'ENT².

RÈGLEMENT D'EXAMENS

Pour les personnes ayant suivi le cycle de formation :

Examens écrits et oraux en cours et en fin de formation avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.
 L'apprenant reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action ainsi qu'un résultat de l'évaluation.
 Les résultats de la soutenance et des contrôles détermineront l'obtention du titre « Responsable communication » inscrit au RNCP niveau 6, délivré par ECORIS (JO du 15/09/2021) et du Bachelor Communication délivré par GFS.

ÉPREUVE	ÉVALUATIONS	COEFF.
UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES		
MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE	ÉTUDE DE CAS / CCF	4
COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE ET STRATÉGIQUE	ÉPREUVES ÉCRITES / CCF	4
INFOGRAPHIE	CCF	6
STRATÉGIE RÉDACTIONNELLE ET INFORMATIONNELLE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	4
COMMUNICATION ET MANAGEMENT ÉVÉNEMENTIEL	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	4
LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	ÉPREUVE ÉCRITE	1
NÉGOCIATION ACHAT	ÉPREUVE ÉCRITE	1
UE B : ANGLAIS APPLIQUÉ		
ANGLAIS APPLIQUÉ	ÉPREUVES ÉCRITES ÉPREUVES ORALES CCF	6
UE C : GESTION DE L'INFORMATION ET DE LA RELATION		
COMMUNICATION ET MANAGEMENT	ÉPREUVE ÉCRITE	3
GESTION FINANCIÈRE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
RSE	CCF	2
UE D : PRATIQUE PROFESSIONNELLE		
ENTRETIEN PROFESSIONNEL	SOUTENANCE / CCF	12
SIMULATION NÉGOCIATION ACHAT	JEU DE RÔLE	4
MARKETING DIGITAL	SOUTENANCE / 1 CCF	4

Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative :

• Validation par blocs de compétence (ou CCP³)
 L'examen peut être validé par bloc de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante. L'examen se déroule alors sous forme ponctuelle. La moyenne à chaque bloc permet l'obtention du diplôme.
 • VAE

La Validation des Acquis de l'Expérience permet de valider un certificat ou un diplôme représentant des compétences acquises lors de votre parcours professionnel. Pour ce type de parcours, consultez votre conseiller en réussite professionnelle ainsi que : <https://vae.gouv.fr/>

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Consulter les indicateurs : <https://www.inserjeunes.education.gouv.fr>
 Taux de réussite : 100% en 2024

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)

Bloc 1 : « Élaborer une veille mercatique pour l'entreprise »

Marketing opérationnel et stratégique

- La notion de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs), environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et Process / Physical évidence
- La politique de prix
- La politique de distribution / choix des circuits, évolution vers l'omnicanalité, marchandisage
- La politique de communication
- Le marketing générationnel et les approches des seniors, des générations X, Y, Z

RSE

- La Fresque du Climat
- L'anthropocène et l'urgence climatique
- Les fondamentaux du développement durable et de la RSE
- Les principaux outils de diagnostic et d'évaluation en matière de développement durable et de la RSE
- Les modèles d'affaires responsables

Bloc 2 : « Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication »

Communication opérationnelle et stratégique

- Les différents types de communication
- Les acteurs de la communication
- Les objectifs et les cibles de communication
- La communication interne
- Le droit de la communication
- La marque
- La TV / Le cinéma
- La radio / L'affichage
- La presse / Internet
- Le hors-média (sponsoring, mécénat, marketing direct, PLV)
- Les relations presse

Marketing digital

- Création d'un site Internet
- Création et animation des communautés sur les réseaux sociaux
- Définition d'une stratégie de marketing digital
- Mesure de ses actions sur Internet
- Mise en place d'une stratégie d'Inbound Marketing

Bloc 3 : « Gérer des actions et supports de communication »

Négociation achat

- Les fondamentaux de la négociation et de la fonction achat
- L'identification des objectifs prioritaires et la structuration de la négociation
- L'étude des différents besoins et des capacités fournisseurs à y répondre
- Les différents types de négociations et de négociateurs

Infographie

- Photoshop et ses fonctionnalités
- Photoshop : déclinaisons de formats
- Créer un visuel
- Illustrator et ses fonctionnalités
- Interconnexions de logiciels et complémentarité
- InDesign et ses fonctionnalités

Stratégie rédactionnelle et informationnelle

- La création d'une charte éditoriale
- La création d'un planning éditorial
- La rédaction d'une fiche produit pour le web
- L'utilisation du storytelling pour vendre un produit/ marque

Anglais appliqué

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Méthode et outils de rédaction d'un essai
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

Bloc 4 : « Animer et encadrer l'activité d'une équipe de communication »

Législation et gestion des ressources humaines

- Les bases du droit du travail, le contrat de travail et les éléments constitutifs du contrat de travail
- La gestion du temps de travail
- La gestion des congés
- La gestion des absences
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures individuelles du contrat de travail

Communication et management

- Les concepts de base de la communication
- Les rôles du manager et les différents styles de management
- La méthodologie de conduite de réunion
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage professionnel
- L'application managériale des réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y, Z

Gestion financière et culture entrepreneuriale

- Le bilan comptable, le compte de résultat, les provisions et amortissements
- Le bilan fonctionnel et ses ratios (FR, BFR et trésorerie)
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et la structure financière de l'entreprise
- Et formes sociétales
- La rentabilité et profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

Bloc 5 : « Conceptualiser, créer et gérer des événements d'entreprise »

Communication et management de l'événementiel

- Acteurs et métiers de l'événementiel
- Cahier des charges et brief créatif
- Appel d'offre et mise en compétition
- Les contrats et rémunérations des agences
- La communication événementielle
- Les démarches administratives et pratiques de sécurité
- Gestion du temps et retro planning
- La gestion du budget
- Management du projet événementiel
- L'après-événement – bilan événement

ACCOMPAGNEMENT, CONDUITE DE PROJET, ET ÉVALUATIONS

- Accompagnement individualisé et collectif (entreprise, formation, dossiers...)
- Thématiques
- Évaluations sommatives et formatives

¹ RNCP : Répertoire National de la Certification Professionnelle
² ENT : Espace Numérique de Travail
³ CCP : Certificat de Compétence Professionnelle

