

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A1 : Conception d'un projet de communication multi-canal.</p>	<p>Compétence n°1 Recueillir et analyser l'ensemble des données liées à un besoin de communication (produit, contexte, enjeux, environnement concurrentiel, dispositifs existants) afin de formaliser un diagnostic en termes de forces, faiblesses, opportunités et menaces.</p> <p>Compétence n°2 À partir de la problématique d'un projet de communication formulée en amont, élaborer une recommandation stratégique (publics cibles, contenus éditoriaux et visuels, outils de diffusion, supports et dispositifs de communication on et offline, budget).</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Présentation orale : À partir d'un projet de communication multi-canal réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une recommandation stratégique et un plan de communication multi-canal détaillé. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF Durée : 40 mn</p> <p>Entretien : Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 20 mn</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Choix des outils de collecte • Pertinence des données collectées en fonction du projet • Qualité de l'analyse et de la synthèse des données • Identification des enjeux du projet (concurrency, positionnement sur le marché, ...) • Pertinence de la réflexion • Pertinence du choix des supports • Pertinence du choix des outils de diffusion • Cohérence dans le choix des dispositifs <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de présentation et d'expression orale • Adaptation et utilisation d'un vocabulaire adapté au public concerné • Qualité et pertinence du support de présentation • Qualité et pertinence du discours et des arguments développés • Réalisme de la prévision des coûts et des délais • Respect du temps imparti à la présentation • Pertinence des méthodes, techniques et outils de pilotage de projets et d'équipe.
---	--	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2 : Conception, réalisation et/ou pilotage d'actions de communication offline.</p>	<p>Compétence n°3 À partir d'une recommandation stratégique globale, définir un plan média offline détaillé identifiant et qualifiant les relais d'information et d'opinion (régies publicitaires, journalistes, bloggeurs, communautés web, ...) les plus pertinents.</p> <p>Compétence n°4 Concevoir le contenu éditorial et argumentaire du dossier de presse et des supports de communication à diffuser auprès des relais d'information/opinion identifiés, ainsi que lors des manifestations de communication événementielle.</p> <p>Compétence n°5 Mettre en relation le public cible et des relais d'information/opinion par l'organisation, le pilotage et la gestion d'événements de type conférence de presse, soirée, exposition, séminaire, cocktail... ou encore par la participation à des événements marquants dans le domaine d'activité de l'annonceur (salon, foires, ...)</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Présentation orale : À partir d'un projet de communication offline réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une campagne de relation presse/relation publique et une campagne événementielle. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF Durée : 30 mn</p> <p>Entretien : Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du choix des relais (presse, etc...) • Qualité de la conception éditoriale • Pertinence de l'argumentaire des dossiers et communiqués de presse • Qualité de la construction du plan média • Sélection des canaux de diffusion • Pertinence des messages publicitaires • Pertinence des lieux, thèmes et dates de la campagne événementielle. <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de présentation et d'expression orale • Adaptation et utilisation d'un vocabulaire adapté au public concerné • Qualité et pertinence du support de présentation • Qualité et pertinence du discours et des arguments développés • Réalisme de la prévision des coûts et des délais • Respect du temps imparti à la présentation • Pertinence des méthodes, techniques et outils de pilotage de projets et d'équipe.
---	---	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3 : Conception, réalisation et/ou pilotage de création de supports de communication imprimés.</p>	<p>Compétence n°6 À partir du choix d'une identité visuelle en adéquation avec le projet de communication, réaliser techniquement les supports de communication imprimés à l'aide de logiciels de création graphique et de mise en page.</p> <p>Compétence n°7 À partir d'un fichier comprenant toutes les spécifications techniques destinées à l'imprimeur, piloter la fabrication des supports imprimés en assurant le contrôle de la conformité des travaux.</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Cas pratique : À partir d'un cahier des charges le candidat dispose de 3 heures pour réaliser un document destiné à l'impression, sous la surveillance d'un juré. En l'absence des candidats, le juré évalue les fichiers sources selon les indicateurs ci-contre.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Les fondamentaux de la mise en page (grilles, la structuration, l'organisation de l'information, le rapport texte/image, couleur, etc.) sont mis en place.• Le gris typographique et les niveaux de lectures sont appropriés.• Le code typographique est respecté.• Les feuilles de styles sont correctement appliquées.• Le PDF est exploitable pour l'imprimeur (haute définition, en planche, repères d'impression et les fonds perdus de 5 mm, etc).
---	---	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A4 : Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication sur les réseaux sociaux.</p>	<p>Compétence n°8 À partir d'un audit de l'activité des concurrents sur les réseaux sociaux et/ou d'un plan de communication défini en amont, élaborer une stratégie d'influence web, de relation blogueur/influenceur et d'animation des communautés.</p> <p>Compétence n°9 À partir d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, élaborer les contenus éditoriaux et visuels qui seront publiés automatiquement selon un calendrier éditorial cadencé afin de développer, animer et fédérer une communauté sur les réseaux sociaux autour d'une marque, d'un produit ou d'un service.</p> <p>Compétence n°10 Mettre en place et exploiter des outils de mesure d'audience et de viralité de contenus afin de mesurer, à l'aide d'indicateurs clés de performance, les résultats et l'efficacité d'une campagne, et d'en réorienter la stratégie le cas échéant.</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Présentation orale : À partir d'un projet de communication social media réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une campagne de communication sur les réseaux sociaux. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 30 mn</p> <p>Entretien : Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des choix des réseaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, ...) en fonction du projet de communication et de ses cibles • Qualité des messages et des contenus • Pertinence du calendrier éditorial • Pertinence des clés de performance retenues • Qualité des outils de mesure d'audience et de viralité de contenus <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de présentation et d'expression orale • Adaptation et utilisation d'un vocabulaire adapté au public concerné • Qualité et pertinence du support de présentation • Qualité et pertinence du discours et des arguments développés • Réalisme de la prévision des coûts et des délais • Respect du temps imparti à la présentation • Pertinence des méthodes, techniques et outils de pilotage de projets et d'équipe.
---	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A5 : Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication promotionnelle publicitaire digitale.</p>	<p>Compétence n°11 À partir de l'identification des cibles, d'un audit de la concurrence, d'une sélection de canaux de diffusion et de clés de performance, définir un plan média digital en adéquation avec les objectifs de l'annonceur.</p> <p>Compétence n°12 Réaliser une campagne publicitaire payante sur les moteurs de recherche et des réseaux de sites internet en achetant des mots clés et des espaces de diffusion de bannières.</p> <p>Compétence n°13 Optimiser le référencement naturel d'un site internet en intégrant des mots clés pertinents dans les contenus et dans la réalisation technique du site.</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Présentation orale : À partir d'un projet de communication promotionnelle et publicitaire digitale réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs un plan média et une campagne promotionnelle et publicitaires (publicité, campagne emailing, référencement naturel et payant). Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 30 mn</p> <p>Entretien : Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité du plan média • Cohérence des canaux de diffusion choisis • Pertinence des messages publicitaires en lien avec les cibles définies • Pertinence des mots clés choisis • Pertinence des messages publicitaires • Réalisme des objectifs d'audience • Pertinence des indicateurs de suivi • Pertinence des contenus • Respect des standards techniques du référencement <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de présentation et d'expression orale • Adaptation et utilisation d'un vocabulaire adapté au public concerné • Qualité et pertinence du support de présentation • Qualité et pertinence du discours et des arguments développés • Réalisme de la prévision des coûts et des délais • Respect du temps imparti à la présentation • Pertinence des méthodes, techniques et outils de pilotage de projets et d'équipe.
---	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A6 : Conception, réalisation et pilotage d'un site internet.</p>	<p>Compétence n°14 À l'aide d'outils de conception et de réalisation simplifiées de site internet de type Système de Gestion de Contenus (SGC), sélectionner un gabarit et l'adapter afin qu'il réponde aux enjeux de communication de l'annonceur et à la cible définie.</p> <p>Compétence n°15 Mettre en ligne puis administrer un site internet en y ajoutant ou en mettant à jour des « extensions » ainsi que du contenu éditorial et visuel, afin de mettre ou de maintenir le site en adéquation avec la stratégie de communication de l'annonceur et/ou les évolution techniques du web (sécurité notamment).</p> <p>Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.</p>	<p>Présentation orale : À partir d'un projet de conception, réalisation et pilotage d'un site internet réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs le site internet réalisé. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 20 mn</p> <p>Entretien : Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'architecture et de l'ergonomie du site internet • Pertinence des fonctionnalités interactives • Pertinence des contenus proposés • Qualité technique de réalisation du site • Lisibilité des contenus • Qualité de l'expérience utilisateur • La mise en place des fonctionnalités utilisateurs <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de présentation et d'expression orale • Adaptation et utilisation d'un vocabulaire adapté au public concerné • Qualité et pertinence du support de présentation • Qualité et pertinence du discours et des arguments développés • Réalisme de la prévision des coûts et des délais • Respect du temps imparti à la présentation • Pertinence des méthodes, techniques et outils de pilotage de projets et d'équipe.
--	--	--	--

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

Le Titre s'obtient par capitalisation des 6 blocs de compétence. Dans le cas d'un passage de la certification à la suite d'un parcours continu de formation, les modalités d'évaluation du bloc 3 sont inchangées. Le « principe » des modalités d'évaluation des blocs 1, 2, 4, 5 et 6 est maintenu mais le candidat ne réalise qu'une seule présentation orale, globale, d'une durée d'1 heure, puis un entretien de 30 mn avec le jury.