

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
BLOC A - Elaborer un plan de communication			
<p>Réalisation du diagnostic d'une structure</p> <p>Définition de la problématique de communication et de ses objectifs</p> <p>Conception et mise en œuvre d'un plan de communication</p>	<p>A1 - Formuler un diagnostic de la structure, du contexte du marché et de l'environnement concurrentiel, en mobilisant les outils d'analyse (indicateurs clés, enquêtes qualitatives et quantitatives, matrice de positionnement, SWOT) pour identifier les enjeux de communication.</p> <p>A2 – Dégager la problématique de communication et les objectifs à atteindre en s'appuyant sur le diagnostic et les enjeux identifiés, afin d'établir le plan de communication qui y répondra.</p> <p>A3 – Concevoir un plan de communication opérationnel pour</p>	<p>Sur la base du brief documenté d'une structure réelle ou fictive</p> <p># Evaluation collective : l'équipe propose et présente oralement un plan de communication à l'attention d'un commanditaire supposé.</p>	<p>Plan de communication</p> <p>Evaluation collective</p> <p>Fond</p> <ul style="list-style-type: none"> . Un diagnostic de la structure, du contexte du marché, et de l'environnement concurrentiel est dressé et analysé à partir d'outils d'analyse adaptés (indicateurs clés, enquêtes qualitatives et quantitatives, matrice de positionnement, SWOT) . Les enjeux, la problématique de communication et les objectifs à atteindre sont présentés de manière synthétique et répondent aux QQQQCCP (Qui, Quoi, Où, Quand, Comment, Combien, Pourquoi) . Le plan de communication détermine en lien avec la problématique et les objectifs à atteindre : les leviers de communication à activer, le positionnement, les grands messages, la tonalité, la cible, le calendrier

REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	REFERENTIEL D'EVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	<p>répondre aux objectifs de communication et résoudre la problématique, en déterminant les leviers de communication à activer, le positionnement, les grands messages, la tonalité, la cible, le calendrier prévisionnel, les actions prioritaires, les canaux de communication, les indicateurs de performance et les outils de suivi associés.</p> <p>A4 – Prendre en compte le cadre juridique et les enjeux RSE à chaque étape de l'élaboration d'un plan de communication (diagnostic, enjeux, objectifs, plan) afin de garantir le respect de l'environnement, l'impact social, la diversité, l'accessibilité liée au handicap, en choisissant les prestataires, en appliquant les règles et recommandations des organismes publics référents, en utilisant les outils existants en la matière.</p>		<p>prévisionnel, les actions prioritaires, les canaux de communication, les indicateurs de performance et les outils de suivi associés . L'élaboration du plan de communication prend en compte à chaque étape (diagnostic, enjeux, objectifs, plan), le cadre juridique et les aspects de RSE afin de répondre aux enjeux d'environnement, d'impact social, de diversité, d'accessibilité lié au handicap (exemples : RGPD, droit d'auteur, prestataires labellisés écoresponsables, respect des référentiels, conception universelle...).</p> <p>Forme et participation</p> <p>. Le support visuel de présentation est adapté à la présentation orale (équilibre texte/images, présentation structurée, nombre de diapositives, etc...)</p> <p>. L'exercice oral de présentation fait preuve : de maîtrise de la langue, de vocabulaire adapté, de dynamisme, de force de conviction, d'une répartition équilibrée de la prise de parole entre les participants, d'une durée respectant la consigne donnée)</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	REFERENTIEL D'EVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
		<p># Evaluation individuelle : Le candidat écrit le pitch qui résume les enjeux et les éléments opérationnels clefs du plan de communication à destination d'instances dirigeantes</p>	<p>Pitch Evaluation individuelle</p> <ul style="list-style-type: none"> . Le pitch sélectionne les éléments clés du plan de communication : contexte, enjeu, problématique de communication, objectifs de communication, cœur de cible, actions prioritaires, budget, calendrier macro, ressources nécessaires et les présente de manière synthétique . Le pitch rend intelligible les éléments du plan de communication pour les membres d'instances dirigeantes qui ne sont pas des communicants. . Les arguments sont objectivés grâce à l'appui des éléments clés ressortis et sont convaincants pour les destinataires. . Le pitch fait preuve : de maîtrise de la langue, d'un vocabulaire adapté, d'une rédaction structurée
<p><i>(Un/e candidat/e en situation de handicap peut bénéficier de mesures d'aménagement pour passer l'évaluation (octroi d'un temps supplémentaire, présence d'un assistant, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation, par le candidat, de son équipement personnel, ...). Pour tout cas de figure, l'équipe administrative de la certification, avec le référent handicap et l'apprenant, met en place les conditions matérielles adaptées au bon déroulement de l'évaluation.)</i></p>			

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
B – Construire et animer l'identité d'une marque			

<p>Analyse du capital de la marque ou de son potentiel</p> <p>Construction et déploiement de l'identité et des engagements de la marque</p> <p>Management de la marque et déploiement des actions de communication (relations publiques, événementiel, gestion de crise...)</p>	<p>B1 Analyser le capital de la marque ou son potentiel en mobilisant les outils d'analyse appropriés (fidélité, notoriété, qualité perçue, image de marque,...) afin de déterminer l'identité et la place de la marque dans son écosystème.</p> <p>B2 Construire une plateforme de marque à partir des données de l'analyse, en répondant aux éléments clés (identité, vision, mission, héritage, valeurs, ambition, promesse, ...) à l'aide des outils à disposition (brand vision, prisme d'identité, territoire verbal, moodboard, manifesto ...) et en tenant compte des enjeux d'environnement, d'impact social, de diversité, d'accessibilité lié au handicap pour garantir l'adéquation entre le discours et les actions de communication / marketing.</p> <p>B3 Décliner la plateforme de marque à la communication interne et à la marque employeur en mettant en place un plan d'actions (actions concrètes, priorités, outils, coûts, planification, indicateurs de performance) et en tenant compte des enjeux d'environnement,</p>	<p># Evaluation collective A partir d'un brief réel ou fictif, l'équipe propose une plateforme de marque selon différents modèles et de la déclinaison en actions de communication. Présentation orale devant des commanditaires supposés.</p>	<p>Plateforme de marque Evaluation collective Fond</p> <ul style="list-style-type: none"> . Le capital ou le potentiel de la marque est analysé (fidélité, notoriété, qualité perçue, image de marque, ...) . La plateforme s'appuie sur l'utilisation de différents outils à disposition (brand vision, prisme d'identité, territoire verbal, moodboard, manifesto...) . La plateforme détermine les éléments constitutifs essentiels de l'identité de la marque selon les outils choisis (ex : brand vision : vision, mission, ambition, valeurs, promesse / prisme d'identité : personnalité, physique, culture, relation, reflet, mentalisation, ...). . Le plan des actions de communication interne et/ou de marque employeur présente les éléments clés suivants : actions concrètes, priorités, outils, coûts, planification, indicateurs de performance . Les enjeux d'environnement, d'impact social, de diversité, d'accessibilité lié au handicap sont pris en compte. <p>Forme et participation</p> <ul style="list-style-type: none"> . Le support visuel de présentation est adapté à la présentation orale (équilibre texte/images, présentation structurée, nombre de diapositives, etc...) . L'exercice oral de présentation fait preuve : de maîtrise de la langue, de vocabulaire adapté, de
---	--	--	---

			<p>. A partir d'une analyse des éléments de la situation présentée dans le cas, une synthèse de la problématique de crise, restitue les éléments clés (QOQCCP (Qui, Quoi, Où, Quand, Comment, Combien, Pourquoi) et évalue son impact et de ses conséquences (impact réel ou potentiels, impact de notoriété, impact financier, impact à court terme/à long terme, etc.)</p> <p>. Le plan d'actions présente les éléments nécessaires à la gestion d'une crise (actions à mener, acteurs à prévenir, canaux de circulation de l'information, éléments de langage, modalités d'organisation de la cellule de crise, priorisation, etc.)</p> <p>. Les recommandations du plan donnent une réponse cohérente à la problématique décrite, son impact et ses conséquences au regard de : nature de la crise, nature de l'organisation, périmètre impacté, moyens à disposition, réactivité proposée, etc.</p> <p>Forme et participation</p> <p>. Le support visuel de présentation est adapté à la présentation orale (équilibre texte/images, présentation structurée, nombre de diapositives, etc...)</p> <p>. L'exercice oral de présentation fait preuve : de maîtrise de la langue, de vocabulaire adapté, de dynamisme, de force de conviction, d'une répartition équilibrée de la prise de parole entre les participants, d'une durée respectant la consigne donnée)</p>
--	--	--	---

(Un/e candidat/e en situation de handicap peut bénéficier de mesures d'aménagement pour passer l'évaluation (octroi d'un temps supplémentaire, présence d'un assistant, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation, par le candidat, de son équipement personnel, ...). Pour tout cas de figure, l'équipe administrative de la certification, avec le référent handicap et l'apprenant, met en place les conditions matérielles adaptées au bon déroulement de l'évaluation.)

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Bloc C – Piloter la communication digitale et le community management			
Pilotage et déploiement d'une création ou refonte d'un site internet Gestion des réseaux sociaux Création de contenus pour le web (site, réseaux sociaux)	C1 – Rédiger le cahier des charges fonctionnel d'un projet de site internet en rappelant le contexte, en imaginant la structure du site, son identité, les fonctionnalités indispensables, afin de délimiter le projet, préciser les objectifs, les besoins techniques, esthétiques, fonctionnels, d'obtenir des devis et choisir un prestataire, et de suivre l'avancement du projet. / Rédiger une note de cadrage d'un projet de site internet en énonçant les objectifs globaux (intérêt pour l'entreprise, cibles, piliers de la ligne éditoriale et tonalité générale, parties prenantes, conditions de succès. C2 - Choisir les moyens et outils (calendrier de publication, outils d'automatisation, outils de suivi de performance, etc...) pour définir et	# Evaluation individuelle : A partir d'un cas, rédaction d'une note de cadrage du projet de création ou de refonte d'un site internet aux instances décideuses.	Note de cadrage projet de site internet Evaluation individuelle . La note de cadrage fait preuve de structure et d'un déroulement logique en s'appuyant sur une méthodologie de type : méthode des QQQQCP (Quand ? Qui ? Quoi ? Pourquoi ? Où ? Comment ?) . La note de cadrage énonce les éléments clés: contexte actuel, en quoi le projet sert la stratégie de l'entreprise et la stratégie de communication, cibles, piliers éditoriaux, tonalité générale, parties prenantes, conditions de succès du projet (temporalité, moyens humains et financiers, indicateurs de performance). . La note est synthétique et remplit son objectif de cadrage global donnant aux parties prenantes une vue d'ensemble du projet. . La note de cadrage prend en compte le cadre juridique (RGPD, droit d'auteur, ...) et les enjeux de la RSE (hébergement du site, accessibilité numérique RGAA, site économe en énergie, etc.) Forme

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	<p>mettre en œuvre un plan de réseaux sociaux au service du plan de communication et des objectifs de l'organisation / la marque en évaluant les stratégies et tactiques sociales actuelles de l'organisation ou la marque, en définissant des paramètres de base et des objectifs réalisables, en hiérarchisant les tâches et expériences, en les attribuant et en les planifiant.</p> <p>C3 - Acquérir, créer ou faire créer des contenus texte, image fixe ou animée, vidéo, en mobilisant les règles, usages, tendances et techniques appropriées aux réseaux sociaux (écriture pour le web et écriture persuasive "copywriting"), en identifiant les outils de production adaptés, en organisant leur diffusion et leur publication, tout en étant en adéquation avec les objectifs de communication et la ligne éditoriale définie pour l'entreprise, l'organisation ou la marque.</p>	<p># Evaluation individuelle : Rédaction d'une note de recommandation d'un plan d'actions réseaux sociaux aux instances décideuses.</p>	<p>. La note de cadrage fait preuve : de maîtrise de la langue, d'un vocabulaire adapté, de lisibilité (contenu aéré), d'un nombre de pages réduit adapté à l'exercice.</p> <p>Recommandations d'un plan d'actions réseaux sociaux Evaluation individuelle</p> <p>. La note indique les réseaux sociaux préconisés et une justification des recommandations au regard du plan de communication de l'organisation ou de la marque présenté dans le cas</p> <p>. La note donne les éléments clés : contexte, objectifs de communication, publics visés, description des principales caractéristiques du ou des réseaux sociaux préconisés, messages clefs et piliers éditoriaux, fréquence de publication, ressources humaines, techniques (choix outil de gestion des contenus) et financières nécessaires à la réussite du projet, indicateurs de performance, périodicité des statistiques fournies.</p> <p>. Les recommandations intègrent le cadre juridique (RGPD, droit d'auteur, ...) et les enjeux de RSE (accessibilité des contenus, recyclage des contenus, fréquence de publication, etc...)</p>

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	C4 – Prendre en compte le cadre juridique et les enjeux RSE dans la mise en œuvre de la communication digitale et du community management afin de garantir le respect du droit, le respect de l'environnement, l'impact social, la diversité, la conception universelle liée aux problématiques du handicap, en appliquant les règles juridiques (RGPD, droit d'auteur, ...), en privilégiant des outils et pratiques écoresponsables (outils et pratiques moins énergivores, ...), en veillant à l'accessibilité numérique (RGAA).	# Evaluation individuelle : Rédaction d'un post pour les réseaux sociaux	Post d'un réseau social Evaluation individuelle . Le contenu rédactionnel est adapté à la cible et au médium (mise en page, ton, style de langage, etc...) . Le contenu rédactionnel mobilise les outils et techniques de rédaction appropriés : accroche, développement, conclusion, appel à l'action, etc... . Le contenu respecte les contraintes liées au médium et à la commande (contenu uniquement textuel ou intégrant un ou plusieurs visuels, nombre de caractères, etc...)
<i>(Un/e candidat/e en situation de handicap peut bénéficier de mesures d'aménagement pour passer l'évaluation (octroi d'un temps supplémentaire, présence d'un assistant, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation, par le candidat, de son équipement personnel, ...). Pour tout cas de figure, l'équipe administrative de la certification, avec le référent handicap et l'apprenant, met en place les conditions matérielles adaptées au bon déroulement de l'évaluation.)</i>			

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
D – Organiser et animer la fonction/le service communication			
<p>Organisation d'un service communication</p> <p>Animation de la fonction /du service communication</p> <p>Gestion du budget de communication</p> <p>Consolidation de sa posture de manager</p>	<p>D1- Construire le territoire de management du service communication en définissant son périmètre d'action (cadre de son rôle dans l'organisation), les enjeux et objectifs de communication du service, ainsi que les parties prenantes internes et externes pour mettre en place une organisation qui soutienne la stratégie de l'organisation/ la marque.</p> <p>D2- Manager et incarner la fonction/le service communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> . en définissant une vision en lien avec la stratégie globale de communication, . en créant une dynamique collaborative grâce à un leadership qui instaure un environnement de travail positif et créatif et qui prend en compte les spécificités de chacun (compétences, personnalités, diversité, situations de handicap, ...) 	<p># Evaluation collective L'équipe est amenée à présenter oralement l'organisation et le budget de fonctionnement d'un service communication en adéquation avec les enjeux, les objectifs, les moyens de l'organisation.</p>	<p>Proposition d'organisation d'un service communication et budget de fonctionnement # Evaluation collective</p> <ul style="list-style-type: none"> . Le contexte de l'organisation, ses enjeux de communication, la place du service communication dans l'organisation, les enjeux sociétaux et environnementaux sont présentés de manière synthétique. . En lien avec les éléments synthétisés, une composition de l'équipe et la répartition des grands domaines d'actions de communication de chacune et chacun sont proposées en fonction des compétences, expériences, aptitudes, spécificités des membres de l'équipe. S'il y a lieu, la prise en compte d'une situation de handicap est démontrée. . Une répartition des postes budgétaires (entre relations presse, communication interne, social media, etc...) est proposée en fonction des objectifs du service, des moyens qui lui sont pré attribués, des projets du service, dans l'optique de mettre en oeuvre le plan de communication de l'organisation / l'entité.

REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	REFERENTIEL D'EVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	<ul style="list-style-type: none"> . en implémentant des outils de pilotage, d'animation et de suivi de l'activité, . en briefant les équipes/prestataires, . en sélectionnant les prestataires et collaboratrices/collaborateurs adaptés, . en évaluant les résultats du service et des personnels, . en tenant compte des enjeux liés à la RSE, <p>afin de permettre l'atteinte des objectifs définis.</p> <p>D3- Construire et défendre auprès de sa direction un budget de fonctionnement annuel, par priorisation et budgétisation des besoins, mise en place de tableaux de bords pour que les actions de communication définies soient réalisables dans le respect d'une enveloppe globale.</p> <p>D4 - Prendre la parole devant un public en mobilisant des techniques de communication (communication</p>	<p># Evaluation individuelle</p> <p>Prise de parole dans le cadre d'un jeu de rôle sur une mise en situation de cadrage d'un projet à destination d'instances dirigeantes ou des membres d'une équipe</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Des outils de suivi de projet et de reporting d'activités sont proposés pour le fonctionnement du service (réunions d'équipes hebdomadaires, mensuelles, stand-up meeting, rétro-planning, tableaux de bord de suivi d'activités, ...) en cohérence avec la description de l'organisation du service préalablement proposée, de ses objectifs et de ses projets. <p>Prise de parole en public</p> <p># Evaluation individuelle</p> <ul style="list-style-type: none"> . Une mobilisation des techniques de communication orale adaptées à la situation simulée (communication verbale, non verbale, pitch, mediatraining, etc...) démontre une bonne analyse de la situation à simuler. . La prise de parole est convaincante pour son public, par son vocabulaire précis, ses données précises à l'appui, ses arguments, son rythme, sa force de conviction, son niveau de langue. . Une attention particulière est portée sur la posture et la gestuelle durant la prise de parole.

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	verbale, non verbale, pitch, media training, gestion du stress,...) afin de convaincre, motiver, créer du sens et du lien avec ses audiences.		. La forme de la prise de parole respecte la commande (durée de la prise de parole, support visuel en soutien ou non, autres...)
<i>(Un/e candidat/e en situation de handicap peut bénéficier de mesures d'aménagement pour passer l'évaluation (octroi d'un temps supplémentaire, présence d'un assistant, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation, par le candidat, de son équipement personnel, ...). Pour tout cas de figure, l'équipe administrative de la certification, avec le référent handicap et l'apprenant, met en place les conditions matérielles adaptées au bon déroulement de l'évaluation.)</i>			