

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 1739**

Intitulé

Responsable de communication et de publicité

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Sup de pub	Gérante

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

321n Conception : Définition des politiques journalistiques, conception des stratégies et campagnes publicitaires

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Responsable de communication et de publicité doit gérer et développer l'image de marque d'une entreprise ou de ses produits. Il met en œuvre de manière opérationnelle des outils et des moyens de communication- notamment digitaux- au service d'une stratégie d'entreprise ou d'une stratégie de marques et ce de manière optimisée en termes budgétaire et économique.

La fonction concerne la conception, la création et la diffusion d'un message ou d'un ensemble de messages destinés à promouvoir une entreprise, un produit ou un service.

Les responsables de communication et publicité interviennent essentiellement dans 5 grands domaines :

- la communication externe (publicité, relations presse, relations publiques et évènementiel d'entreprise à des fins de promotion externe),
- la communication institutionnelle (auprès des médias sur des données relatives à l'activité de l'entreprise),
- la communication interne (vers des salariés, vers les actionnaires...),
- la communication digitale (actions liées au multimédia, site web, portails, smartphone)
- la communication de marque (Stratégie de marque, marketing des produits, promotion et mise en œuvre de stratégies commerciales)

L'activité du responsable de communication et publicité est directement liée à la gestion et au management de l'image de marque de l'entreprise et de ses produits dans la durée. Celle-ci obéit à une stratégie de moyen et de long terme mettant en œuvre un certain nombre d'outils et de techniques visant à permettre à l'entreprise d'apparaître et de se définir vis-à-vis de sa clientèle, de ses partenaires et de ses salariés.

Cette activité implique un certain nombre de compétences centrées autour de la bonne connaissance de la marque, des différents médias et des contraintes techniques et économiques liées à leur mise en œuvre. Une connaissance approfondie du monde des médias, et plus particulièrement des médias digitaux permet aux certifiés d'être opérationnels en ce qui concerne la mise en œuvre de moyens et d'outils modernes de communication.

Récemment, les activités du responsable de communication se sont encore élargies avec les évolutions rapides de l'environnement et celles des préoccupations des entreprises et des consommateurs, débouchant sur l'apparition de nouveaux métiers coexistant avec les métiers et fonctions traditionnels.

La digitalisation des métiers de la communication et du marketing nécessite aujourd'hui une somme de connaissances et de compétences marketing, créatives et techniques, liées à l'utilisation des nouveaux outils ainsi qu'à la diffusion des nouveaux modes de communication.

Le (la) titulaire est capable de :

- Elaborer et proposer une campagne de communication pour le compte de son entreprise ou d'un client en tenant compte du positionnement stratégique désiré
- Gérer et réaliser un projet de communication en assurant la coordination des équipes créatives et techniques et des interlocuteurs externes et internes tout en respectant les contraintes de délais et de coûts.
- Etablir le budget d'une campagne de communication et suivre son exécution en mettant en place des indicateurs de suivi.
- Appréhender et comprendre les outils financiers nécessaires à la création et à la gestion d'entreprise
- Assurer la relation avec la direction de l'entreprise ou le client, effectuer des reportings réguliers, s'assurer de la bonne mise en place des actions commanditées.
- Utiliser les outils adéquats pour mesurer l'impact des actions mises en place. Assurer une veille environnementale tendancielle et technique

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

Les différentes fonctions s'exercent dans l'ensemble des secteurs économiques que ce soit en France ou à l'étranger au sein de toute organisation publique ou privée ayant besoin de communiquer de manière interne ou externe via un ensemble de médias ou d'opérations de communication.

Les métiers rencontrés, le plus souvent, peuvent être regroupés par types d'organismes où ils sont exercés et/ou par spécifiés :

En Agences de Communication et Publicité :

- Directeur d'Agence - Directeur de Publicité/Chef de publicité/Chef de groupe Publicité/Responsable budget - Media Planneur - Responsable digital - Directeur commercial Publicité et communication/Directeur de clientèle - Chargé d'études - Acheteur d'espace publicitaire - Responsable de fabrication/Producteur

En Entreprises et Collectivités :

- Directeur de communication/ responsable de communication (interne/externe) - Chargé de communication/Chargé de communication évènementielle/ Attaché de presse - Responsable communication digitale - Directeur marketing/Responsable marketing - Directeur

marketing digital/Communication digitale - Responsable marketing digital/web marketing

En Agences Médias et Régies Publicitaires :

- Directeur d'Agence/Associé - Directeur/Responsable Planning stratégique/Planneur stratégique - Directeur de régie - Acheteur média - Chargé d'études - Chef de publicité - Directeur/Responsable de clientèle - Traffic manager

Métiers du web et du digital :

- Directeur/Responsable digital - Webmaster - Chef de produit multimédia - Digital manager/Community manager/ responsable réseaux sociaux - Webplanneur/ Digital planneur

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1402 : Élaboration de plan média

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

L'acquisition des comportements et compétences professionnels sont mesurées par l'évaluation, après chaque période de stage en entreprise, du degré d'acquisition des compétences et du comportement requis lors de la mission effectuée. Cette évaluation est effectuée par le responsable du stage en entreprise.

- La pratique professionnelle est liée à la mise en application des connaissances et à la vérification de l'acquisition de comportements et savoirs faire professionnels. Elle s'appuie sur des mises en situations ('commandes' passées par des entreprises, réalisation de la prestation et évaluation écrite et orale par des professionnels du domaine d'activité et des professeurs). Elle s'appuie également sur la réalisation de rapports et de notes (analyse d'un marché, étude de marché...), rapport d'activité...

- Les capacités d'analyse et de synthèse correspondent à la rédaction d'un mémoire de fin d'études, effectué après une période de 6 mois en entreprise et soutenu à l'oral devant des professionnels

- Enfin, l'appropriation, la mobilisation et l'utilisation des connaissances générales et spécifiques aux domaines du marketing et de la communication, de la gestion, de l'organisation et des langues sont mesurées sous forme d'études de cas pratique mises au point par des spécialistes du secteur, de mises en situation fictive et simulations.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 1739 - Elaborer une campagne de communication	Descriptif : Elaborer et proposer une campagne de communication pour le compte de son entreprise ou d'un client en tenant compte du positionnement stratégique désiré et de l'environnement Modalités d'évaluation : Compétitions professionnelles, projets, études de cas
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 1739 - Réaliser un projet de communication	Descriptif : Gérer et réaliser un projet de communication en assurant la coordination des équipes créatives et techniques et des interlocuteurs externes et internes tout en respectant les contraintes de délais et de coûts. Modalités d'évaluation : Compétitions professionnelles, projets, études de cas
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 1739 - Gérer un budget de communication	Descriptif : Etablir le budget d'une campagne de communication et suivre son exécution en mettant en place des indicateurs de suivi. Appréhender et comprendre les outils financiers nécessaires à la création et à la gestion d'entreprise Modalités d'évaluation : projets, études de cas
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 1739 - Piloter la relation avec le client et suivre de l'exécution d'une campagne de communication	Descriptif : Assurer la relation avec la direction de l'entreprise ou le client, effectuer des reporting réguliers, s'assurer de la bonne mise en place des actions commanditées. Modalités d'évaluation : projets, études de cas, ateliers

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 1739 - Mesurer les impacts de la campagne de communication et mener une veille	<p>Descriptif : Utiliser les outils adéquats pour mesurer l'impact des actions mises en place. Assurer une veille environnementale tendancielle et technique</p> <p>Modalités d'évaluation : Projets, études de cas, ateliers</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Personnalités extérieures : Président : personnalité représentative du secteur, extérieure à la certification 4 personnalités extérieures représentatives du secteur, pour moitié salariés, pour moitié employeurs Personnalités internes : Directeur de la certification ou son représentant Directeurs délégués des sites préparant à la certification
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	IDEM
En contrat de professionnalisation	X	IDEM
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2006	X	Personnalités extérieures : Président : personnalité représentative du secteur, extérieure à la certification 3 personnalités extérieures représentatives du secteur, pour moitié salariés, pour moitié employeurs Personnalités internes : Directeur de la certification ou son représentant 2 intervenants de la 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 :

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

Arrêté du 03 octobre 2007 publié au Journal Officiel du 13 octobre 2007 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, avec effet au 13 octobre 2007, jusqu'au 13 octobre 2009.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 30 juillet 2018 publié au Journal Officiel du 07 août 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de communication et de publicité" avec effet du 07 juin 2018, jusqu'au 07 août 2022.

Arrêté du 26 mai 2016 publié au Journal Officiel du 07 juin 2016 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de communication et de publicité" avec effet au 22 décembre 2015, jusqu'au 07 juin 2018. Autorité responsable : SUP de PUB - Institut supérieur de communication et de marketing.

Arrêté du 3 décembre 2010 publié au Journal Officiel du 22 décembre 2010 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé Responsable de communication et de publicité avec

effet au 22 décembre 2010, jusqu'au 22 décembre 2015

Arrêté du 03 octobre 2007 publié au Journal Officiel du 13 octobre 2007 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, avec effet au 13 octobre 2007, jusqu'au 13 octobre 2009

Pour plus d'informations

Statistiques :

En moyenne, sur les trois dernières années, 130 titulaires de la certification par an
<https://www.supdepub.com/presentation/anciens-eleves/>

Autres sources d'information :

<http://www.supdepub.com>

Lieu(x) de certification :

SUP DE PUB PARIS
31 quai de la seine
75019 Paris

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

- SUP de PUB - Institut supérieur de communication et de marketing : Aquitaine Limousin Poitou-Charentes - Gironde (33)
Hangar 18 - Quai de Bacalan CS 80085 33070 Bordeaux Cedex
<https://www.supdepub.com/bordeaux>

- SUP de PUB - Institut supérieur de communication et de marketing : Auvergne Rhône-Alpes - Rhône (69) :
25, Rue de l'Université CS 90725 69367 Lyon Cedex 07 <https://www.supdepub.com/lyon>

- SUP de PUB - Institut supérieur de communication et de marketing : Île-de-France - Paris (75) :

* 31 quai de la seine - 75019 Paris

* 10 rue Sextius Michel, 75015 Paris

<https://www.supdepub.com/paris>

Historique de la certification :

L'école fait partie depuis 1994 du groupe INSEEC