



Hautes Études Internationales & Politiques | INSEEC U.

ACTIVITÉS VISÉES

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 événementiel 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.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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

BLOCS DE COMPÉTENCES

RNCP1739BC01 - 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

RNCP1739BC02 - 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

RNCP1739BC03 - 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

RNCP1739BC04 - 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.

Titre RNCP 1739 : Responsable de communication et de publicité

Modalités d'évaluation : projets, études de cas, ateliers

RNCP1739BC05 - Mesurer les impacts de la campagne de communication et mener une veille

Descriptif : Utiliser les outils adéquats pour mesurer l'impact des actions mises en place. Assurer une veille environnementale tendancielle et technique

Modalités d'évaluation : Projets, études de cas, ateliers

Pour obtenir plus d'information <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/1739/>