



Métiers
du **Management**

stjo
lycée
campus
st-jo.com

RESPONSABLE COMMUNICATION

BAC+3 en alternance

Titre délivré par ECORIS (niveau 6)

Code RNCP 39249 / Date d'enregistrement 27/06/2024
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39249/>

Métiers visés

Le titulaire de la certification peut ainsi exercer les emplois suivants : • Responsable communication • Responsable / Chargé de communication événementielle • Chargé de projets événementiels • Chargé de communication externe

Objectifs visés

A l'issue de la formation l'apprenant sera en capacité

Participer et élaborer la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de l'entreprise.

Mettre en place des actions de communication, des événements et des projets numériques en accord avec la stratégie définie.

Compétences visées

Réaliser une veille technologique, juridique et d'image en utilisant les outils d'analyse adaptés afin de repérer les enjeux et évolutions économiques, juridiques, réglementaires et environnementales impactant l'activité de l'entreprise.

-Définir le positionnement de la marque de l'entreprise sur le marché, en analysant les prestations et produits des entreprises concurrentes ainsi que l'image de marque de l'entreprise et son niveau de notoriété, afin de positionner la marque de l'entreprise sur le marché.

-Réaliser un diagnostic marketing, à partir d'études marketing afin de proposer une stratégie de communication inclusive et écoresponsable alignée à la stratégie globale de l'entreprise.

-Définir une stratégie de communication, en se basant sur le diagnostic marketing, en analysant le comportement des consommateurs, en prenant en compte la réglementation liée à l'activité et les enjeux RSE afin de définir les motivations d'achat et orienter la stratégie de communication.

-Créer une fiche persona, en récoltant des données démographiques et comportementales en interrogeant le commanditaire pour identifier la cible.

-Définir une stratégie de communication autour de la marque employeur en collaborant avec le service RH ou l'entreprise cliente afin d'attirer et retenir les talents.

-Définir le montant alloué à la réalisation du plan de communication, en produisant un état des lieux des dépenses et en tenant compte des ressources financières de l'entreprise pour construire un budget en adéquation avec les objectifs visés.

-Concevoir un plan média à partir de la stratégie marketing et des objectifs de commercialisation de produits et services, en tenant compte du cadre juridique, des enjeux RSE et de l'accessibilité liée à tout type de handicap afin de définir les actions, canaux de communication (print ou digital), leur fréquence et proposer des contenus responsables et éthiques.

-Etablir un cahier des charges à partir du plan média afin de sécuriser la réalisation du projet et la qualité des actions de communication (événement, social media, print).

-Définir une stratégie éditoriale en définissant les objectifs et les thématiques à aborder, en sélectionnant les typologies de contenu afin de garantir une cohésion globale du plan de communication.

-Définir une stratégie d'achat en établissant un cahier des charges précis (économique, qualité, sensibilité au RSE), afin de sélectionner les prestataires et respecter les budgets alloués.

-Conduire une négociation avec des prestataires de service (Graphistes, web designer, imprimeurs, centrales d'achat publicitaire, influenceur etc.) en utilisant les techniques d'achat adaptées, afin d'optimiser le coût des prestations.

-Créer des contenus rédactionnels en prenant en compte la typologie de parcours client, le contexte d'usage, le cadre juridique et les enjeux RSE, en s'appuyant sur un cahier des charges défini, en utilisant une stratégie rédactionnelle adaptée afin de proposer des contenus RSE et inclusifs pour développer la visibilité de l'entreprise et animer des campagnes de communication sur les supports print et digitaux.

-Concevoir des supports de communication (print ou digitaux) en utilisant des outils de création graphiques afin de construire une image valorisante, inclusive et RSE conforme au projet d'entreprise.

Vous accompagner dans votre choix... ?

M. Kévin BAUDE

alternance.tertiaire@st-jo.com

Déclaration d'activité : 31620136562

Conception L.MALFOY 25/03/2026 V.7



Pour déposer sa candidature : www.st-jo.com
(rubrique CAMPUS) ou QR CODE ci-contre

Plus d'informations, contacter :

M. Aurélien LEFRANC

Attaché de Direction – Admission

03 21 99 06 99 – *inscriptions@st-jo.com*

- Animer une communauté interculturelle autour d'une marque ou d'un produit sur les réseaux sociaux, en veillant au respect de la réglementation, de la diversité culturelle et en tenant compte de tous les publics afin de fidéliser la cible et/ou d'en prospecter de nouvelles.
- Elaborer une campagne de référencement SEO ou SEA en définissant l'objectif, en analysant la position du site sur les moteurs de recherche, en sélectionnant les mots-clefs à acquérir, pour optimiser le référencement du site internet et ainsi générer du trafic et du chiffre d'affaires.
- Définir le cahier des charges fonctionnel du site web, en sélectionnant les outils de gestion de contenus et communication, l'accessibilité du site à tous publics (WCAG) ainsi que l'arborescence s'appuyant sur l'UX design afin de structurer et cadrer les attentes du projet de création ou de refonte du site Internet et proposer une expérience utilisateur optimisée.
- Appliquer les normes légales et éthiques dans la création des contenus de communication (telles que le RGPD, le droit à l'image, la loi Évin, etc.), en s'appuyant sur une veille juridique récente afin de sécuriser la diffusion des contenus sans exposer le commanditaire à des risques.
- Evaluer les actions de communication, en utilisant une stratégie de collecte de données et en produisant un tableau de bord afin d'évaluer l'action de communication en termes de ROI pour apporter des actions d'amélioration et les communiquer aux parties prenantes.
- Optimiser les actions de communication en utilisant des logiciels liés à l'intelligence artificielle afin de créer des contenus visuels, analyser des données ou créer des posts sur les réseaux sociaux pour gagner en efficacité et productivité.
- Organiser les travaux sur les projets confiés en suivant l'avancée des travaux, en élaborant un plan de mission et les plannings afin de garantir une relation client durable et qualitative.
- Coordonner les actions des différentes parties prenantes (graphiste, webmaster etc), en identifiant leurs attentes et exigences, en planifiant leurs engagements et en assurant leurs suivis afin de fiabiliser le projet et garantir la qualité et le respect des délais au client.
- Déterminer les profils recherchés en fonction du savoir être et des compétences recherchées, en collaboration avec le service des ressources humaines afin de sélectionner les candidats et de constituer une équipe diversifiée, multiculturelle incluant les personnes en situation de handicap.
- Mener les entretiens de recrutement, en prenant en compte les enjeux liés à la diversité et au handicap, en respectant les règles de conduite en matière d'entretien de recrutement afin d'écarter toute discrimination (âge, sexe, situation familiale, état de santé), en respectant la politique de recrutement de l'entreprise afin de garantir l'homogénéité et la performance du service.
- Élaborer l'ensemble des documents nécessaires au recrutement et à la gestion du personnel, en s'assurant de leur mise à jour régulière, en veillant à l'affiliation aux organismes sociaux et en transmettant les éléments de paie, afin de remplir les obligations réglementaires de l'entreprise à l'égard de ses salariés et dans le respect de la réglementation en vigueur, de la prise en compte des situations de handicap et des situations particulières.
- Contribuer à l'intégration des collaborateurs de son équipe, en collaborant avec la fonction RH de l'entreprise et/ou la direction, en assurant la mise en œuvre d'actions de formation pour son équipe, en analysant les besoins en compétences de celle-ci, afin de garantir son efficacité opérationnelle.
- Animer une équipe en s'adaptant aux modalités de travail de chacun (en présentiel ou en distanciel) en organisant des réunions et des points de coordination, et en définissant des objectifs précis et mesurables, afin d'optimiser la gestion des projets & garantir le respect des objectifs et priorités fixés, tout en prenant les dispositions nécessaires pour permettre l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap et en garantissant le bien être des collaborateurs et la performance collective.
- Concevoir un brief créatif en recensant toutes les informations nécessaires à la réalisation d'un projet de communication pour assurer la coordination de tous les acteurs concernés, définir les messages clés, et faciliter le travail de l'équipe créative.

Option 1

- Analyser l'objectif de l'évènement et ses contraintes administratives et sécuritaires, en respectant la réglementation liée à son organisation, en anticipant et maîtrisant les contraintes, priorités et imprévus liés à un événement pour garantir son bon déroulement.
- Produire un plan de communication en adéquation avec l'identité de l'évènement, en sélectionnant les médias adaptés, en veillant à l'empreinte environnementale afin de promouvoir la notoriété et la visibilité de la marque et garantir l'accessibilité à tous les publics.
- Concevoir un événement en élaborant une planification des tâches, en définissant les critères de sélection des prestataires responsables et éthiques, en prenant en compte les enjeux RSE, en respectant le budget alloué afin de coordonner l'ensemble des parties prenantes, garantir le respect des objectifs fixés et assurer la qualité de la prestation.
- Mesurer l'efficacité de l'évènement en termes de ROI, à partir des indicateurs clés du tableau de bord, à l'aide de logiciel d'analyse afin de dresser un bilan et proposer des axes d'amélioration aux commanditaires.

Option 2

- Elaborer un brief vidéo en recensant toutes les informations nécessaires à la réalisation d'un projet, en définissant l'objectif, la cible, la typologie et le support de la vidéo afin de cadrer le projet de création.
- Rédiger un script en identifiant le discours intervenant, en s'adaptant au type de canal choisi (réseaux sociaux, web) et au message à communiquer afin de déterminer les ressources nécessaires au projet.
- Concevoir un storyboard en produisant des prises d'images et de sons et en centralisant les contenus multimédias existants (photo, vidéo, graphique etc.) afin d'avoir un contenu suffisant pour le montage du projet vidéo.
- Monter le projet vidéo, en utilisant les contenus multimédias préalablement sélectionnés, en utilisant un logiciel ou une application de montage afin de délivrer le message attendu et répondre aux attentes du commanditaire.
- Assurer la diffusion de la vidéo, en identifiant les bonnes pratiques de publications liées au média choisi (LinkedIn, Instagram etc), et les contraintes techniques associées afin d'exporter la vidéo adaptée.
- Mesurer l'efficacité du contenu vidéo en termes de ROI, à partir des indicateurs clés du tableau de bord, à l'aide de logiciel d'analyse afin de dresser un bilan et proposer des axes d'amélioration aux commanditaires.

Prérequis

BAC+2 validé (120 ECTS), Titre professionnel inscrit au RNCP de niveau 5.

Personne ayant validé les années L1 et L2 d'une licence (120 ECTS) ou Bac validé suivi de 3 années d'expérience dans le secteur tertiaire.

Public visé

➤ Pour le contrat d'apprentissage : Personne âgée de 16 à 29 ans révolus.

Sans restriction d'âge dans le cas où le candidat est officiellement reconnu travailleur handicapé ou sportif de haut niveau, ou s'il envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention du diplôme.

➤ Pour le contrat de professionnalisation : Personne âgée de plus de 30 ans comme salarié en reconversion, demandeur d'emploi...

➤ Pour le contrat stage : Personne titulaire des prérequis.

➤ Le centre est habilité à la préparation à la VAE du dispositif.

Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

➤ Dossier d'inscription complet / Entretien de positionnement

➤ Validation de la candidature sous un délai de 60 jours

➤ Tests d'entrée validés

➤ Pour le contrat d'apprentissage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage avec une entreprise.

Article L.6222-12 du code du travail : « La date de début de la formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début d'exécution du contrat ».

➤ Pour le contrat de professionnalisation : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat de professionnalisation avec une entreprise.

➤ Pour le contrat stage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'une convention de stage avec une entreprise.

Modalité d'évaluation en cours de formation

Contrôle en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.

Validation

Le titre est obtenu lorsque le candidat répond aux conditions suivantes : Les moyennes pondérées : - Bloc 1 $\geq$ 10/20 (soit 100 points) - Bloc 2 $\geq$ 10/20 (soit 140 points) - Bloc 3 $\geq$ 10/20 (soit 160 points) - Bloc 4 $\geq$ 10/20 (soit 40 points) - Bloc option $\geq$ 10/20 (soit 40 points) - Bloc mémoire professionnel $\geq$ 10/20 (soit 120 points) - Moyenne générale de l'année $\geq$ 10/20 (soit 600 points) Les matières d'un même bloc de compétences se compensent entre le semestre 1 et le semestre 2. Toutefois les blocs de compétences ne se compensent pas entre eux. D'autre part, le candidat devra attester de : - 40 jours de présence en entreprise (cf. II - D) - Un volume d'absences injustifiées inférieure à 10% du volume horaire annuel total de la formation Tout candidat dont le nombre d'absences injustifiées dépasse 10% du temps de formation est susceptible de ne pas être autorisé à se présenter aux partiels de fin de semestre. Il peut rattraper ces heures par le biais des modules en e-learning, sous réserve d'une demande spéciale et écrite justifiant la nécessité du recours au elearning. Dans le cas contraire, le jury de certification se réserve la possibilité d'invalidier la note obtenue en entretien professionnel. 2) Les ECTS Le système des ECTS (European Credit Transfert System ou système européen de crédits transférables) est fondé sur une normalisation de la comptabilisation de la progression des études supérieures de façon homogène. L'objectif est de favoriser la mobilité en facilitant la reconnaissance des études et de donner une meilleure transparence aux cursus. Le système, employé en Europe et pour les formations d'ECORIS, repose sur la règle : 1 an = 60 crédits ECTS. Dans le cas où le candidat valide le titre, il obtient donc 60 crédits ECTS (non applicable pour la VAE)

Validation du double diplôme : Bachelor Ecoris Le Bachelor Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères de validation du titre RNCP, énoncés ci-dessus, et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B1 au CECRL. Ce niveau peut être attesté par le biais de l'une des certifications suivantes : - LINGUASKILL Business : niveau B1 - TOEIC : entre 550 et 784 points - Bright Language : entre 2.5 et 3 Les candidats en parcours académique seront évalués à l'aide d'un test de niveau conforme au CECRL. Les candidats ayant obtenu le titre RNCP disposent de cinq ans pour présenter une attestation officielle de réussite de niveau B1 dans l'une des certifications mentionnées ci-dessus et ainsi valider le Bachelor Ecoris.

Nombres de participants

Minimum : 25

Maximum : 50

Durée

480 H de formation (formation présentielle)

12 mois de contrat en entreprise

Dates prévisionnelles

Début : 09/2026

Fin : 07/2027

Lieu de la formation

26-30 route de Calais

62280 SAINT MARTIN BOULOGNE

Tarif

Confère fiche annexe

Moyens et méthodes pédagogiques

- Travail en groupe / TD / Etude de cas
- Centre de ressources
- Accès à la plateforme de ressources numériques
- Méthodes pédagogiques déductives et inductives

Accessibilité

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Enseignement Spécialisé

Communication et évènementiel

Adaptation pédagogique

- Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Avant entrée en formation et signature de contrat (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).
- Besoins éducatifs particuliers : Les besoins éducatifs particuliers concernent des apprenants en situation de handicap, malades, à haut potentiel, nouvellement arrivés en France... La pédagogie de l'établissement s'adapte à la diversité des personnes accueillies afin d'individualiser leur parcours de formation. Les apprenants à besoins éducatifs particuliers ou spécifiques regroupent une grande variété de personnes qui ont, de manière significative, plus de mal à apprendre que la majorité des apprenants du même âge quand ils sont dans une situation particulière ou qu'ils souffrent d'un handicap qui les empêche ou les gêne dans leurs apprentissages.

Suite de parcours et/ou insertion professionnelle

- Suite : poursuite d'études possible; l'étudiant peut s'orienter vers :
 - BAC+5
- Insertion professionnelle: insertion à l'emploi dans les métiers visés (item 1 de la fiche).

ECORIS
L'ECOLE DE L'ENTREPRISE

Site ECORIS : www.ecoris.com/certificateur

Lycée + Campus privés Saint Joseph
26 - 30 route de Calais
62280 St-Martin-Boulogne
Tél. 03 21 99 06 99 - contact@st-jo.com

stjo
lycée
campus
st-jo.com



Métiers du **Management**

FICHE ANNEXE

Responsable Communication

BAC+3 en alternance

PROGRAMME DE LA FORMATION

BLOC 1

MARKETING OPERATIONNEL ET STRATEGIQUE

- Les notions de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs, motivations, freins), macro-environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit (PRODUCT) et stratégie digitale
- La politique de prix (PRIX) et stratégie digitale
- La politique de distribution / merchandising (PLACE) et stratégie digitale
- La politique de communication (PROMOTION) et stratégie digitale
- La politique PEOPLE-stratégie digitale et ses techniques pour dynamiser la relation client

COMMUNICATION STRATEGIQUE

- Les différents types de communication
- Les acteurs de ma communication
- Les objectifs et les cibles de communication
- La communication interne / La marque employeur
- La communication de crise
- Le droit de la communication

RSE :

- 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

NEGOCIATION ACHAT

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

SIMULATION NEGOCIATION ACHAT

- Préparation à l'épreuve de Négociation achat

COMMUNICATION OPERATIONNELLE

GESTION FINANCIERE 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 : caractéristiques
- La rentabilité et la profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

BLOC 3

MARKETING DIGITAL

- Les techniques d'identification des cibles (personae marketing et buyer) du comportement et des demandes de la clientèle cible.
- Les différentes stratégies d'acquisition et de contenus : inbound et outbound marketing, influence.
- Les différents types de sites web, le CMS Wordpress.
- Les méthodes et la démarche pour définir une stratégie social média, le règlement RGPD, les normes légales et éthiques.
- Les techniques de netlinkings : maillage interne, externe, backlinks.
- Les différentes techniques de référencement naturel et payant.
- Le processus pour définir des objectifs et les différents indicateurs clés de performance pour analyser et suivre l'activité.
- Les techniques de prompt pour utiliser les outils d'IA de manière efficace et les différents outils d'IA générative.

INFOGRAPHIE

- Photoshop et ses fonctionnalités
- Photoshop : déclinaisons de formats
- Créer un visuel
- Illustrator et ses fonctionnalités

- Interconnexions des logiciels et complémentarité
- InDesign et ses fonctionnalités

STRATEGIE REDACTIONNELLE 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

BLOC 4

LEGISLATION 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

BLOC OPTION 1

COMMUNICATION ET MANAGEMENT DE L'EVENEMENTIEL

- 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

BLOC OPTION 2

CREATION DIGITALE VIDEO

- Définition des objectifs et de la cible, choix du support de projet vidéo
- Structuration d'un message adapté aux différents canaux de diffusion
- Organisation visuelle d'un projet en centralisant les contenus nécessaires
- Cadrage, éclairage et prise de son de qualité avec différents équipements
- Utilisation d'un logiciel de montage pour créer une vidéo cohérente
- Les contraintes techniques des plateformes choisies
- Les indicateurs clés pour mesurer la performance vidéo

BLOC MEMOIRE PROFESSIONNEL

CONDUITE DE PROJET :

- Accompagnement individualisé pour la construction du projet et du mémoire

BLOC COMPLEMENTAIRE

ANGLAIS APPLIQUE :

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

NB : Tout au long de l'année, le stagiaire devra élaborer un projet personnel qui fera l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels.

Les résultats de cette soutenance et des contrôles écrits et oraux détermineront l'obtention du titre **RESPONSABLE COMMUNICATION** inscrit au RNCP niveau 6 (Arrêté ministériel du 27/08/2024)

Tarif de la formation

Pour l'alternant relevant d'un contrat d'apprentissage :

Conditions tarifaires sur demande Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 « fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage ». Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Tarif de la formation : coût parcours OPCO par année de formation : 7 070,31€. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. » Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020- 786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Il est possible de financer la formation par : Le Compte Personnel de Formation (CPF) de transition ou le projet de transition professionnelle, le plan de développement des compétences, le CSP et PSE (licenciement économique), autres financements possibles (CMA, AGEFICE, FIFPL, ...)

Pour l'alternant relevant d'un contrat de professionnalisation :

Application des articles L 6111-1 et suivants, L6313-1 et suivants. La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Aucun coût financier est à la charge de l'alternant.

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage : 3 000€, suivant échéancier transmis avant contractualisation.

Pour les entreprises accueillant un alternant en contrat de professionnalisation :

La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. Il peut être établi un devis.

Rémunération pendant la formation

L'alternant(e) sera rémunéré(e), au minimum, suivant la grille légale applicable suivant la nature de son contrat (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage, la gratification sera déterminée suivant la grille légale ou selon la convention collective de l'entreprise d'accueil.

Equipe pédagogique / Formateurs (liste disponible sur demande)

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés
- Intervenants ponctuels sur des domaines d'expertises ou conférences
- Responsable formation
- Equipe administrative
- Equipe commerciale

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en correspondance partielle :

Bloc(s) de compétences concernés	Code et intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance partielle	Bloc(s) de compétences en correspondance partielle
RNCP39249BC01 - Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication responsable et éthique	RNCP34589 - Chargé de communication plurimédia	RNCP34589BC01 - Contribution à la stratégie de communication plurimédia
RNCP39249BC02 - Élaborer la stratégie des canaux de communication	RNCP38125 - Responsable projet communication	RNCP38125BC02 - Définir la stratégie des moyens de communication
RNCP39249BC03 - Concevoir, évaluer et optimiser un projet de communication print ou digital centré sur l'expérience utilisateur (UX)	RNCP34919 - Responsable de Communication	RNCP34919BC03 - Conception et production des supports de communication ET RNCP34919BC04 - Déploiement d'une communication adaptée à l'Expérience Utilisateur (Ux)
RNCP39249BC04 - Conduire un projet et /ou manager un service communication	RNCP37777 - Responsable de communication	RNCP37777BC04 - Organiser et animer la fonction/le service communication

Anciennes versions de la certification professionnelle reconnues en correspondance partielle :

Bloc(s) de compétences concernés	Code et intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance partielle	Bloc(s) de compétences en correspondance partielle
RNCP39249BC01 - Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication responsable et éthique ET RNCP39249BC02 - Élaborer la stratégie des canaux de communication ET RNCP39249BC03 - Concevoir, évaluer et optimiser un projet de communication print ou digital centré sur l'expérience utilisateur (UX) ET RNCP39249BC04 - Conduire un projet et /ou manager un service communication ET RNCP39249BC05 - Conceptualiser, créer et gérer un événement - Bloc optionnel ET RNCP39249BC06 - Créer des contenus vidéos pour le web et les réseaux sociaux - Bloc optionnel	<u>RNCP35856 - Responsable Communication et Evènementiel</u>	RNCP35856BC01 - Élaborer une veille mercatique pour l'entreprise ET RNCP35856BC02 - Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication ET RNCP35856BC03 - Gérer les actions et supports de communication ET RNCP35856BC04 - Animer et encadrer l'activité d'une équipe de communication ET RNCP35856BC05 - Conceptualiser, créer et gérer des événements d'entreprise

Modularisation de parcours

Positionnement défini selon le certificateur.

Notre valeur ajoutée

- Le centre vous accompagne dans la recherche d'un employeur avec une équipe dédiée de conseillers entreprise.
- Le centre peut vous présenter des offres d'emploi en adéquation avec le diplôme ou la certification préparé.
- Un point écoute (accompagnement à la gestion de problèmes tel que le logement, le transport, la santé...) est accessible. Les informations pratiques seront transmises par le responsable pédagogique de la formation lors de l'entrée en formation.
- Un référent handicap est associé aux formations.
- Le centre est accessible par les lignes de transports en commun Marinéo (arrêt St Joseph).
Emplacements gratuits de stationnement dans les rues adjacentes.
- Le centre propose une restauration sur site par restaurant self-service ou par cafétéria.
La réservation en ligne est possible via une application.
Les prix, formules et menus sont disponibles sur le site internet.
- Le centre est équipé de réseau WIFI gratuit dans les espaces communs, restaurant scolaire et cafétéria.
- Le centre possède un centre de culture « nouvelle génération » avec accès gratuit aux ressources numérique.
- Le centre organise des manifestations culturelles dans l'amphithéâtre de l'établissement.
- L'établissement est charté ERASMUS ainsi que labélisé LYCEE DES METIERS.

Taux session 2024-2025 :

Taux obtention	96 %
Taux d'interruption en cours de formation	0 %
Taux de poursuite d'études	56 %
Taux d'insertion à l'emploi	36 %
Dont Taux d'insertion à l'emploi dans les métiers visés	86%
Autres (d.emploi, réorientation..)	12%
Taux de satisfaction du centre	90%