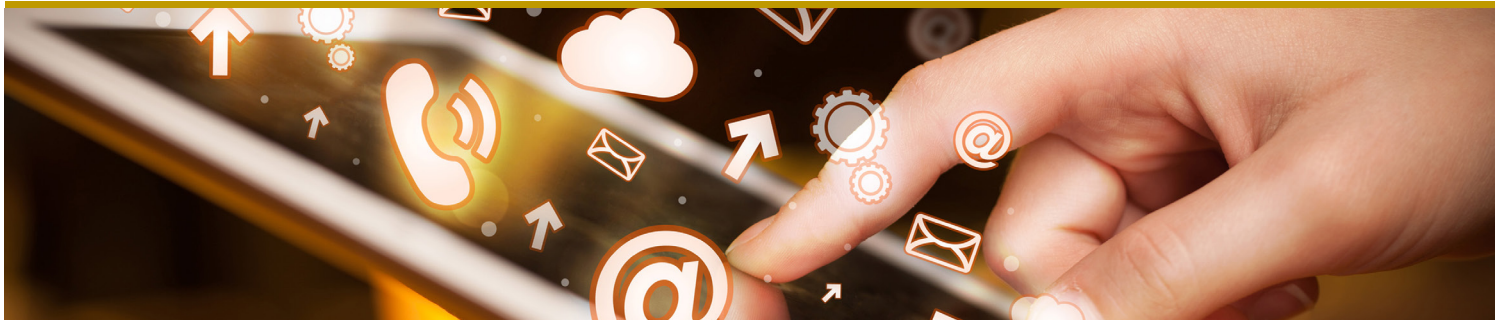


TITRE RNCP : MANAGER EN STRATEGIES DES COMMUNICATIONS



Code NSF 320n - JO du 03/03/2017 au Niveau II à BAC+4

Le responsable de communication est un opérationnel. Ses domaines d'intervention couvrent la publicité, les relations presse, les relations publiques, les publications de l'entreprise (print et web) en interne comme en externe, son référencement internet ainsi que son positionnement sur les réseaux sociaux.

OBJECTIFS

- Être capable d'analyser des problématiques de communication de clients
- Être en capacité de conseiller des stratégies de communication
- Être en mesure de concevoir des campagnes de communication
- Mettre en oeuvre et évaluer des plans de communication

PRÉREQUIS

- Admission en **1ère année** du cycle : ouverte aux étudiants justifiant d'un niveau BAC+2
- Admission en **2ème année** du cycle : ouverte aux étudiants justifiant de trois années de formation en communication ou d'un niveau Bac+3 en communication complété par une expérience professionnelle d'au minimum une année dans le domaine

MODALITÉS D'ADMISSION ET DE RECRUTEMENT

Admission sur dossier, tests de positionnement et entretien individuel

PUBLICS VISÉS

- Individuels, salariés, demandeurs d'emplois
- Formation éligible au CSP, Contrat de professionnalisation, période de professionnalisation, plan de formation, etc.

VALIDATION

L'attribution du titre est conditionnée à l'obtention d'une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20 aux cinq critères :

- le contrôle continu
- la compétition
- le mémoire
- le GROKA
- le Plan Marchal

MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Formateurs habilités avec expérience professionnelle significative
- Plate-forme internet
- Cas pratique, études de cas, Mise en situation
- Salles équipées d'ordinateurs avec imprimante partagée

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen écrit et oral

MODALITÉS DE FORMATION EN ALTERNANCE

- 2 jours de formation
- 3 jours en entreprise

EN INITIAL

- 2 jours de cours par semaine
- 4 mois de stage en entreprise



Programme de la formation

MANAGER EN STRAT. DE COM. - 1044h



STRATÉGIE - 35H

- Comprendre la démarche stratégique
- L'analyse stratégique
- Savoir établir un diagnostic
- La recommandation stratégique
- Apprendre à formaliser les résultats: la copy strategy, le brief créatif, la recommandation d'agence
- Savoir analyser stratégiquement une création: retrouver la stratégie à l'origine d'une création (campagnes et signatures de marque)

MARKETING PRODUITS ET SERVICES - 35H

- Les fondamentaux du marketing: répondre aux besoins, qu'est ce qu'un marché?
- Trouver une idée: où chercher? Explication de la genèse de l'idée et motivations
- Le portefeuille de marques et sa gestion
- Les études de marché
- Les études quantitatives et qualitatives
- Le marketing stratégique: positionnement, objectifs, segmentation et cibles
- Le storytelling
- Le produit: design, packaging, perception, réglementations, recherche de nom, etc.
- Le prix et la distribution: cohérence du mix marketing
- La communication: cahier des charges, plan de communication et budget

OUTILS ET RESSOURCES DE LA COMMUNICATION - 35H

- Ressources documentaires
- Outils et méthodes: Pôle créatif, pôle marque et pôle moyen

AUDIOVISUEL - 50H

- Initiation au tournage
- Initiation à la lumière
- Tournage de sujets imposés
- Découpage de l'image, champ-contrechamp, les différents angles de prise de vue
- Réalisation d'un plan, choix du cadre Découpage du temps, déplacement, ellipse
- Apprentissage du logiciel de montage Adobe Premiere Pro
- Montage: le rythme, la narration
- Écriture d'un spot audiovisuel: note d'intention, synopsis, découpage, Storyboard
- Initiation au logiciel After effect
- Initiation à la production et au droit de l'audiovisuel
- Réalisation d'un spot audiovisuel : tournage et montage
- Ecriture et réalisation d'un film de communication

PAO - 70H

- Relations et interactions entre les logiciels :
- In Design®
 - Illustrator®
 - Photoshop®

DIRECTION ARTISTIQUE - 51H

- Énumération des techniques d'écriture et notions de matériau créatif, de «clichés» et de stéréotypes
- Introduction aux films et aux divers supports publicitaires
- Le street marketing et l'événementiel
- Le marketing viral
- Le Brand content
- Cours sur des thèmes corollaires: La mise en page, cours spécifique «fêtes» autour de la carte de vœux, du bon usage des banques d'images, la réalisation d'images, la réalisation de films publicitaires.

CULTURE DE LA COMMUNICATION 32H

- Apprendre à maîtriser les codes de l'expression professionnelle, variée selon les domaines:
- Elaboration du projet de dossier.
 - Exposés réalisés en groupe autour de thèmes très actuels en communication.
 - Exercices d'écriture créative

FABRICATION - 27H

- Acquisition d'un vocabulaire professionnel et appréhension des différents mode de production
- Approche technique et financière du monde de l'impression

PLANNING STRATÉGIQUE - 67H

- Rappels sur les fondamentaux en stratégies
- Le planning stratégique
- Les différentes méthodes de planning stratégique
- Le jugement des créations publicitaires
- L'analyse de tendances
- Les notes de planning stratégique
- L'analyse sectorielle
- Les techniques modernes d'analyse de cible
- Introduction à la logique de brand content et de storytelling

COMMUNICATION DIGITALE - 60H

- Programme 100% numérique qui met l'accent sur la compréhension et l'analyse de l'actualité et aborde toutes les formes d'expression de la marque dans un univers digitalisé

ATELIER DE COMMUNICATION ORALE - 123H

- La technique d'animation
- La communication interpersonnelle
- Atelier filmé
- La gestion d'espace et gestuelle
- Les modalités d'interaction avec le jury

COMPÉTITION D'AGENCE - 132H

- L'analyse de la situation de l'entreprise
- La conception d'un projet
- Le pilotage d'un projet
- Le suivi et la mise en place des outils d'analyse
- La présentation d'un projet

PACK MARKETING - 56H

- L'analyse contextuelle (tendance, concurrence, marché, consommateur)
- L'identification d'une opportunité de marché : stratégie d'océan bleu
- Le développement du produit (prix, packaging, site internet...)
- Comprendre une cible : définir les points de contact
- Le test produit : réunion de groupe, interviews professionnels
- Le brand content, communication autour du produit créé
- Les prévisions de vente
- L'évolution du produit sur 3 ans

PACK MARKETING II - 56H

- Mise en place d'un Business plan autour d'un produit inventé de toute pièce
- Déterminer un ciblage précis, l'analyser et mise en place d'une stratégie de référencement une politique de prix et un plan de communication

COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR - 36H

- Influence de l'environnement et des caractéristiques individuelles sur le comportement du consommateur
- Processus de décision d'achat
- De la décision d'achat au processus post-achat
- Le consommateur face aux prix et aux promotions
- Les groupes sociaux et la famille
- La perception

MÉMOIRE - 35H

- Cette épreuve fait l'objet d'une note d'écrit (dossier remis) et d'oral dans le titre de la certification

PLAN MARCHAL - 35H

Les étudiants de Pro.4, en petits groupes, auront 15 jours pour apporter un regard critique sur la présentation qui leur sera faite par les Pro.3 d'une de leur compétition. Au terme des ces 15 jours, ils présenteront aux Pro.3 leurs conseils aussi bien en ce qui concerne leur intelligence du brief et de l'annonceur, la pertinence de leurs parti-pris stratégiques et créatifs et la qualité de la partie commerciale de leur présentation

GROKA - 41H

Sur la base d'indications sur le marché sur lequel évolue l'annonceur qui fera l'objet du sujet, indications données quelques jours avant l'épreuve, l'étudiant est libre de mener toutes les recherches qu'il jugera nécessaires.

ANGLAIS - 68H

- Traduction de phrases en anglais des affaires
- Compréhension auditive de documents en anglais des affaires
- Projets dont les objectifs sont de développer les compétences techniques dans le cadre d'appels d'offre

MODALITÉS D'OBTENTION

	Mode	Coef.
Contrôle continu	Moyenne des notes obtenues au cours de l'année dans chaque module	2
Mémoire	Moyenne de la note écrite et de la note orale du mémoire	1
Compétitions	En équipe - Moyenne obtenue sur les 3 compétitions de la 2ème année	1
Plan Marchal	En équipe - Moyenne de la note écrite et note orale de la présentation	1
GROKA	Écrit 9h - Note de la recommandation	1

L'obtention du titre est automatique pour une moyenne générale de 10/20.

