

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE

Accueil > Trouver une certification > Répertoire national des certifications professionnelles > Manager de la communication

Manager de la communication

Code de la fiche :
RNCP37658

Etat :
Active

 [Télécharger](#)  [Aide en ligne](#) [Europass](#)

L'essentiel



Nomenclature
du niveau de qualification

Niveau 7



Code(s) NSF

320p : Organisation et gestion



Formacode(s)

46354 : Communication et information



Date d'échéance
de l'enregistrement

31-05-2026

[Certificateur\(s\)](#)

[Résumé de la certification](#)

[Blocs de compétences](#)

[Secteur d'activité et type d'emploi](#)

[Voie d'accès](#)

[Liens avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations](#)

[Base légale](#)

[Pour plus d'informations](#)

Certificateur(s)

Nom légal	Siret	Nom commercial	Site internet
GROUPE EDH SAS	38122405400019	EFAP	https://www.efap.com/
EFAP LILLE-EUROPE SAS	50957859700023	-	-
EFAP RHONE-ALPES SAS	50951686000020	-	-



Top

Nom légal	Siret	Nom commercial	Site internet
EFAP-ICART AQUITAINE SAS	50952954100013	-	-

Résumé de la certification

Objectifs et contexte de la certification :

Le présent dispositif de certification de manager de la communication s'inscrit dans le contexte suivant :

Le secteur de la communication est valorisé et reconnu, depuis 2017, comme une filière à part entière par l'État.

Le secteur de la communication constitue un marché très porteur aux perspectives optimistes.

Les besoins sont axés tant sur des compétences stratégiques et managériales transverses que sur des expertises plus spécialisées par sous-domaines.

Activités visées :

Le métier de **Manager de la communication** recouvre plusieurs missions et activités clés :

La première consiste à élaborer la stratégie de communication. Pour cela, **Manager de la communication** s'appuie sur les éléments de benchmark et d'audit qu'il aura réalisés. Les partis-pris et la stratégie de communication permettent de définir le cadre du plan d'action opérationnel. Des objectifs qualitatifs et quantitatifs devront être fixés afin de cadrer l'ensemble de la stratégie.

La deuxième consiste à piloter et mettre en œuvre cette stratégie grâce à un ensemble d'actions concrètes et la réalisation d'outils de communication permettant l'accessibilité à tout type de public. Ces outils peuvent prendre des formes variées en fonction des objectifs à atteindre (communiqués ou dossiers de presse, plaquettes, catalogues, affichage, annonces presse, flyers, spots radios, télévision, campagne digitale, réseaux sociaux, emailing, notes internes, opérations de sponsoring, sites internet, applications, jeux concours, événements, opération de *street marketing* etc.). Dans le cadre du pilotage de cette mise en œuvre, le **Manager de la communication** devra suivre les indicateurs prévisionnels afin de valider que les objectifs sont atteints.

Pour réaliser ces missions, le **Manager de la communication** doit être capable de piloter des équipes internes et externes en prenant en compte les situations de handicap éventuelles. De sa capacité à définir les meilleurs profils et de les encadrer dépendra la réussite du projet de communication. Il devra avoir une vision globale permettant d'animer des équipes pluridisciplinaires, déterminées selon les types de projet de communication. Ces projets peuvent être généralistes ou spécifiques.

Selon la fonction spécifique exercée/ le projet de communication concerné, le **Manager de la communication** réalise en complément de ces missions généralistes des activités plus spécialisées liées au management de marque (en créant et positionnant une identité de marque forte et stable), à la communication corporate (en formulant des recommandations de communication institutionnelle adaptées aux enjeux identifiés) ou à la stratégie marketing (en définissant une offre et un positionnement produit/service lisible et cohérent sur un marché concurrentiel).

Compétences attestées :

Compétences généralistes du métier de Manager de la communication :

Élaborer une stratégie de communication :

Réaliser un benchmark et un audit exhaustifs (marché, concurrence, secteur, produit, innovation...) pour déterminer les enjeux de communication.

Établir la stratégie et le concept de communication permettant d'élaborer la feuille de route du plan d'actions à mettre en place, en prenant en compte les contraintes (budget alloué, contraintes techniques...) et en identifiant les alternatives possibles.

Traduire la stratégie de communication globale proposée en plan d'action opérationnel, en définissant les canaux et les moyens nécessaires au déploiement de la stratégie, afin de préparer la conception des outils de communication.

Fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour répondre aux enjeux de communication établis en validant des indicateurs clés de performance.

Mettre en œuvre une stratégie de communication :

Créer et produire les outils opérationnels et supports de communication, en veillant à leur accessibilité à tous les publics visés par la stratégie, via l'utilisation des logiciels graphiques nécessaires et via la rédaction de contenus afin de mettre en place la stratégie de communication définie.

Top

Définir un écosystème d'organisation performant afin d'assurer le pilotage du plan de communication défini dans des contextes changeants et complexes.

Coordonner les différentes actions internes et externes en mobilisant les moyens humains, logistiques et techniques nécessaires pour rester en conformité avec les orientations du plan de communication.

Mettre en place les indicateurs prévisionnels fixés en évaluant les écarts éventuels et en identifiant les mesures correctives adéquates afin d'atteindre les objectifs définis.

Piloter des équipes de communication internes et externes :

Définir les profils de poste et les compétences attendues et valider les choix de recrutement de spécialistes de la communication dans l'objectif d'assurer avec succès la mise en œuvre de la stratégie de communication définie.

Encadrer et animer les équipes pluridisciplinaires recrutées pour les fédérer autour du projet commun et favoriser leur montée en compétences, en prenant en compte les situations de handicap éventuelles.

Valider les cahiers des charges des prestataires externes et superviser leur mise en œuvre tout au long du projet de communication pour atteindre les objectifs définis, dans le respect du budget alloué

Négocier et suivre l'exécution des contrats avec les prestataires afin de les fidéliser et de construire un réseau professionnel, tout en préservant les intérêts à long terme de l'entreprise.

Compétences spécialisées du métier de Manager de la communication :

Manager une marque :

Réaliser un diagnostic de la marque via une analyse de ses fondamentaux (histoire, valeur, concurrence...) en déterminant les enjeux et objectifs de la marque afin de préciser la problématique.

Concevoir les éléments constitutifs de l'identité de la marque notamment via la formalisation d'une plateforme de marque et la rédaction d'un storytelling, pour répondre à la problématique identifiée.

Préparer le déploiement de la marque via la rédaction d'un brief et la réalisation de planches d'inspiration, en adaptant l'identité à tous les éléments constitutifs, afin de rendre réelle la nouvelle expression de la marque.

Définir une stratégie marketing :

Analyser les données collectées (évaluation des risques, analyse de la concurrence...), en mobilisant différentes techniques d'études marketing, pour élaborer une stratégie marketing complète relative à une offre déterminée (biens ou services).

Élaborer une stratégie marketing en définissant une/des cibles, des objectifs de marché, une offre, un positionnement, une expérience client et des moyens opérationnels (stratégie commerciale, promotion...) respectant les critères d'accessibilité, afin d'adapter l'entreprise et les produits aux exigences du marché.

Déterminer les indicateurs clés de performance - KPI - adéquats pour mesurer le retour sur investissement de la stratégie marketing définie.

Gérer une communication corporate :

Réaliser un audit de la stratégie institutionnelle de l'entreprise pour préconiser un plan d'action en analysant l'ensemble de l'écosystème corporate, afin de déterminer les enjeux de la communication institutionnelle/corporate.

Mener une analyse détaillée des cibles stratégiques internes et externes de l'entreprise dans l'objectif de formuler des recommandations de communication corporate adaptées.

Élaborer des recommandations de communication corporate et déterminer les canaux de communication pertinents pour répondre aux enjeux déterminés préalablement.

Mettre en place des indicateurs de suivi qualitatifs et quantitatifs de toutes les actions menées afin de piloter efficacement l'image institutionnelle et d'identifier les axes d'amélioration éventuels.

Modalités d'évaluation :

Les évaluations des compétences visées par la certification sont réalisées dans le cadre d'épreuves dédiées (mises en situation professionnelle réelle et reconstituée, études de cas concrets...) sous forme de production de dossiers/livrables et de restitution orale devant un jury.

Les compétences et les productions des candidats sont évaluées sur la base des critères d'évaluation définis dans les référentiels de la certification.

Blocs de compétences

RNCP37658BC01 - Élaborer une stratégie de communication

[Top](#)

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Réaliser un benchmark et un audit exhaustifs (marché, concurrence, secteur, produit, innovation...) pour déterminer les enjeux de communication.</p> <p>Établir la stratégie et le concept de communication permettant d'élaborer la feuille de route du plan d'actions à mettre en place, en prenant en compte les contraintes (budget alloué, contraintes techniques...) et en identifiant les alternatives possibles.</p> <p>Traduire la stratégie de communication globale proposée en plan d'action opérationnel, en définissant les canaux et les moyens nécessaires au déploiement de la stratégie, afin de préparer la conception des outils de communication.</p> <p>Fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour répondre aux enjeux de communication établis en validant des indicateurs clés de performance.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée : cas concret de stratégie de communication d'un service, d'une entreprise ou d'une institution.</p> <p>Evaluation collective via la rédaction d'un rapport écrit et d'une présentation orale devant un jury.</p> <p>Evaluation individuelle via la rédaction d'une note de synthèse/executive summary par chaque candidat, à partir du rapport réalisé collectivement, et en fonction de ses attributions au sein de « l'agence de communication ».</p>

RNCP37658BC02 - Mettre en œuvre une stratégie de communication

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Créer et produire les outils opérationnels et supports de communication, en veillant à leur accessibilité à tous les publics visés par la stratégie, via l'utilisation des logiciels graphiques nécessaires et via la rédaction de contenus afin de mettre en place la stratégie de communication définie.</p> <p>Définir un écosystème d'organisation performant afin d'assurer le pilotage du plan de communication défini dans des contextes changeants et complexes.</p> <p>Coordonner les différentes actions internes et externes en mobilisant les moyens humains, logistiques et techniques nécessaires pour rester en conformité avec les orientations du plan de communication.</p> <p>Mettre en place les indicateurs prévisionnels fixés en évaluant les écarts éventuels et en identifiant les mesures correctives adéquates afin d'atteindre les objectifs définis.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée : cas concret de stratégie de communication d'un service, d'une entreprise ou d'une institution.</p> <p>Evaluation collective via la rédaction d'un rapport écrit et d'une présentation orale devant un jury.</p> <p>Evaluation individuelle via la rédaction d'une note de synthèse/executive summary par chaque candidat, à partir du rapport réalisé collectivement, et en fonction de ses attributions au sein de « l'agence de communication ».</p>

RNCP37658BC03 - Piloter des équipes de communication internes et externes

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Définir les profils de poste et les compétences attendues et valider les choix de recrutement de spécialistes de la communication dans l'objectif d'assurer avec succès la mise en œuvre de la stratégie de communication définie.</p> <p>Encadrer et animer les équipes pluridisciplinaires recrutées pour les fédérer autour du projet commun et favoriser leur montée en compétences, en prenant en compte les situations de handicap éventuelles.</p> <p>Valider les cahiers des charges des prestataires externes et superviser leur mise en œuvre tout au long du projet de communication pour atteindre les objectifs définis, dans le respect du budget alloué</p> <p>Négocier et suivre l'exécution des contrats avec les prestataires afin de les fidéliser et de construire un réseau professionnel, tout en préservant les intérêts à long terme de l'entreprise.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : rapport suite à la réalisation d'une mission en entreprise.</p> <p>Production écrite individuelle.</p>

RNCP37658BC04 - Manager une marque - bloc de compétence optionnel

[Top](#)

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Réaliser un diagnostic de la marque via une analyse de ses fondamentaux (histoire, valeur, concurrence...) en déterminant les enjeux et objectifs de la marque afin de préciser la problématique.</p> <p>Concevoir les éléments constitutifs de l'identité de la marque notamment via la formalisation d'une plateforme de marque et la rédaction d'un storytelling, pour répondre à la problématique identifiée.</p> <p>Préparer le déploiement de la marque via la rédaction d'un brief et la réalisation de planches d'inspiration, en adaptant l'identité à tous les éléments constitutifs, afin de rendre réelle la nouvelle expression de la marque.</p>	<p>Etude de cas concret portant sur une problématique de stratégie d'une marque.</p> <p>Production écrite individuelle.</p>

RNCP37658BC05 - Définir une stratégie marketing - bloc de compétence optionnel

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Analyser les données collectées (évaluation des risques, analyse de la concurrence...), en mobilisant différentes techniques d'études marketing, pour élaborer une stratégie marketing complète relative à une offre déterminée (biens ou services).</p> <p>Élaborer une stratégie marketing en définissant une/des cibles, des objectifs de marché, une offre, un positionnement, une expérience client et des moyens opérationnels (stratégie commerciale, promotion...) respectant les critères d'accessibilité, afin d'adapter l'entreprise et les produits aux exigences du marché.</p> <p>Déterminer les indicateurs clés de performance - KPI - adéquats pour mesurer le retour sur investissement de la stratégie marketing définie.</p>	<p>Etude de cas concret portant sur une problématique de stratégie marketing.</p> <p>Production écrite individuelle.</p>

RNCP37658BC06 - Gérer une communication corporate - bloc de compétence optionnel

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Réaliser un audit de la stratégie institutionnelle de l'entreprise pour préconiser un plan d'action en analysant l'ensemble de l'écosystème corporate, afin de déterminer les enjeux de la communication institutionnelle/corporate.</p> <p>Mener une analyse détaillée des cibles stratégiques internes et externes de l'entreprise dans l'objectif de formuler des recommandations de communication corporate adaptées.</p> <p>Élaborer des recommandations de communication corporate et déterminer les canaux de communication pertinents pour répondre aux enjeux déterminés préalablement.</p> <p>Mettre en place des indicateurs de suivi qualitatifs et quantitatifs de toutes les actions menées afin de piloter efficacement l'image institutionnelle et d'identifier les axes d'amélioration éventuels.</p>	<p>Etude de cas concret portant sur une problématique de communication institutionnelle.</p> <p>Production écrite individuelle.</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par correspondance :

L'obtention de la certification est conditionnée à la **validation des 4 blocs de compétences** :

3 blocs de compétences communs obligatoires pour tous les candidats à la certification.

1 bloc de compétence complémentaire à choisir par chaque candidat à la certification parmi 3 blocs optionnels.

Chaque bloc de compétences fait l'objet d'une évaluation garantissant sa validation autonome.

Secteur d'activité et type d'emploi

Secteurs d'activités :

[Top](#)

La stratégie de communication est un élément indispensable pour toute entreprise qui souhaite se faire connaître ou faire connaître ses produits et ses services.

Aussi les **Managers de la communication** sont présents dans tous les secteurs d'activité (industrie, services, culture, médias, ...) et :

Dans tous types d'organisations :

Entreprises privées : Grands groupes, PME/TPE

Entreprises publiques

Ministères, collectivités, grandes administrations

Associations, fondations (de taille significative)

Dans tous types d'agences :

Agence médias

Agences de conseil en communication généraliste ou spécialisées (dans le digital, en communication de crise, en plate-forme de marque, en publicité, en relations presse, en influence, ...)

Type d'emplois accessibles :

Les 3 blocs de compétences communs forment l'ensemble des candidats à la certification à l'exercice de fonctions clés du secteur de la communication, dont les principales sont :

Manager/ Chef de projet communication - production

Chef de projet/ Chargé de projet digital

Concepteur-rédacteur

Planneur stratégique

Chef de projet événementiel - communication événementielle

Responsable des relations presse / Attaché de presse

Les 3 blocs de compétences optionnels approfondissent les compétences des candidats leur permettant d'accéder également à des fonctions plus spécialisées, parmi lesquelles :

Manager de la marque ; Brand Content Manager, Chef de projet publicité

Marketing Manager ; Responsable marketing et communication ; Chef de produit

Chef de projet influence - relations publics ; Consultant en communication corporate – institutionnelle ; Chargé de communication interne

Code(s) ROME :

E1402 - Élaboration de plan média

E1401 - Développement et promotion publicitaire

E1103 - Communication

M1705 - Marketing

Références juridiques des réglementations d'activité :

Le métier de **Manager de la communication** n'est pas réglementé.

L'EFAP reste toutefois attentive à apporter une bonne connaissances des aspects règlementaires clés (RGPD, droits d'auteur et des images...) à l'ensemble des candidats à la certification.

Voie d'accès

Le cas échéant, prérequis à l'entrée en formation :

Pour accéder au dispositif de certification (hors VAE), le candidat doit démontrer une appétence forte pour les métiers de la communication et être :

détenteur d'un diplôme niveau 6 ou équivalent

détenteur d'un diplôme niveau 5 ou équivalent et acquis plus de 6 ans d'expériences professionnelles en entreprise

La sélection se fait sur dossier et entretien de motivation.

Le cas échéant, prérequis à la validation de la certification :

Pré-requis distincts pour les blocs de compétences :

Non

[Top](#)

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys	Date de dernière modification
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification	-
En contrat d'apprentissage	X		4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification	-
Après un parcours de formation continue	X		4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification	-
En contrat de professionnalisation	X		4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification	-
Par candidature individuelle		X	-	-
Par expérience	X		4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication - dont des membres identiques au Jury VAE 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification	-

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie		X
Inscrite au cadre de la Polynésie française		X

Liens avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Aucune correspondance

Top

Base légale

Date du dernier Journal Officiel ou Bulletin Officiel :

10-02-2021

Date de décision	31-05-2023
Durée de l'enregistrement en années	3
Date d'échéance de l'enregistrement	31-05-2026
Date de dernière délivrance possible de la certification	31-05-2030

Pour plus d'informations

Statistiques :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2021	401	6	89	60	-
2020	380	4	86	60	-

Lien internet vers le descriptif de la certification :

<https://www.efap.com/formation-communication/mba-specialises-communication>

Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification

Historique des changements de certificateurs :

Nom légal du certificateur	Siret du certificateur	Action	Date de la modification
EFAP RHONE-ALPES SAS	50951686000020	Est ajouté	01-07-2023
EFAP-ICART AQUITAINE SAS	50952954100013	Est ajouté	01-07-2023
EFAP LILLE-EUROPE SAS	50957859700023	Est ajouté	01-07-2023

Certification(s) antérieure(s) :

Code de la fiche	Intitulé de la certification remplacée
<u>RNCP35249</u>	Manager de la communication

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Top

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation