



## Titre à finalité professionnelle Chargé de marketing et communication

Titre à finalité professionnelle « Chargé de marketing et communication », de niveau 6, code NSF 312 et 320, enregistré au RNCP N° 37786 par décision de France Compétences en date du 19 juillet 2023, délivré par ASCENCIA PARIS LA DEFENSE

[LIEN FRANCE COMPÉTENCES](https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37786/)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37786/>

UFA BAUDIMONT - ARRAS



CODE RNCP

37786

CERTIFICATEUR

ASCENCIA PARIS LA DEFENSE

DATE DE PUBLICATION DE LA FICHE

19/07/2023

DATE D'ÉCHÉANCE DE L'ENREGISTREMENT

19/07/2026

CODE NSF

312

320



### • PUBLIC

Candidats âgés 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.

### • PRÉREQUIS

Le candidat doit être titulaire d'un diplôme bac + 2 ou d'un titre de niveau 5 enregistré auprès de France compétences ou de 120 crédits ECTS dans la spécialité.

Le candidat non titulaire d'un diplôme ou titre susmentionné, mais justifiant d'un diplôme de niveau 4 et justifiant d'au moins de 3 années sur un poste à responsabilité commerciale, vente, marketing ou communication.

Le candidat préparant à la certification par la voie de la VAE doit respecter les conditions de recevabilité (livret 1)

Accessible via VAE: <https://www.collegedeparis.fr/preparation-du-titre-vae/?certif=4897>

### • MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Modalités d'accès : processus d'inscription sur dossier de candidature, entretien, et signature d'un contrat d'apprentissage.

Délais d'accès selon la date de la candidature

Délais : « 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. » (Article L.6222-12 du Code du travail)

### • OBJECTIFS PROFESSIONNELS

Le métier visant au développement du chiffre d'affaires d'une organisation et le soutien aux actions commerciales par le biais d'actions de marketing opérationnel et de communication, le Chargé de marketing et communication peut exercer dans tous les secteurs marchands et dans tous les types d'activités.

Garant des résultats, tant marketing que communication, sur son périmètre de responsabilité, le Chargé de marketing et communication pilote en autonomie les actions nécessaires à l'atteinte de ses objectifs en cohérence avec le plan marketing opérationnel menée par l'organisation et avec la stratégie marketing globale déterminée par le Top management.

En collaboration avec la Direction Marketing /Communication ou la Direction Générale selon la taille de l'organisation, l'un des rôles clé du chargé de marketing et communication est la traduction opérationnelle qu'il réalise donnant à cette fonction une dimension « pivot » entre la direction et les équipes opérationnelles internes et externes souvent hyper-spécialisées. En cela, cette activité constitue un élément fondateur de la cohérence et de la pertinence de la stratégie marketing et communication. Or cohérence et pertinence sont les qualités primordiales les plus difficiles à obtenir pour que la notoriété bénéficie autant aux actions commerciales qu'à la cohésion interne et à l'attractivité de l'entreprise.

Professionnel connecté, le chargé de marketing et communication est un créateur de point de contact avec l'utilisation des nouveaux canaux de communication à l'ère de l'avènement du digital et de la transformation numérique des entreprises et des clients / utilisateurs. Parfois cross canal ou multicanal (en fonction du secteur d'activité de son entreprise, sa culture, etc.), il est aujourd'hui plus agile pour déployer une approche marketing omnicanale en utilisant des canaux digitaux et traditionnels afin de délivrer un message fluide et une expérience cohérente.

Aptitudes et compétences visées : à l'issue, le jeune sera capable de faire le lien entre marketing et communication, favoriser et renforcer ainsi le développement commercial en amont et en aval. Il peut être chargé de la communication d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une ligne de produit ou d'une marque.

### • PERSPECTIVES POST-FORMATION

Le titulaire du titre « Chargé de marketing et communication » peut être amené(e) à occuper les fonctions suivantes, en fonction de la taille de l'entreprise :

- Chargé de marketing / Chargé de communication
- Chef de projet marketing / communication
- Assistant marketing / communication
- Chargé de développement WEB / Digital
- Community manager / Junior marketing manager
- Responsable marketing / Responsable communication

Code(s) ROME :

- M1705 - Marketing
- E1101 - Animation de site multimédia
- E1103 - Communication
- M1703 - Management et gestion de produit



# ORGANISATION DE LA FORMATION

## • MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques

mises en situation professionnelle – études de cas

production écrite et orale

## • MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'un parcours formation visant la certification dans sa totalité - 4 formats d'épreuves :

Mise en situation professionnelle reconstituée (travail de groupe sur un projet fictif)

Serious game sous la forme d'un challenge de communication

Cas pratique professionnel fictif

Rapport de compétences comprenant des fiches de compétences et un projet de plan de communication

Certification de niveau 6 Chargé de Marketing et Communication enregistré au RNCP

Pour obtenir la certification professionnelle complète par capitalisation de blocs de compétences, le candidat doit :

Valider de manière autonome chacun des 4 blocs de compétences de la certification professionnelle à hauteur de 75% minimum des critères du bloc de compétences

Et Valider l'épreuve intégrative, complémentaire à l'acquisition des blocs de compétences, constituée d'une mise en situation professionnelle réelle dans le cadre d'une période d'immersion en entreprise avec rendu d'un dossier professionnel et d'un entretien avec le jury (score pour validation : 75% minimum des critères validés)

le candidat devra valider chaque épreuve certifiante.

## • NOMBRE DE PARTICIPANTS

de 8 à 20

## • DURÉE DE LA FORMATION

565 heures en centre et le reste en entreprise

## • PROGRAMME

RNCP37786BC01 - Contribution à l'élaboration de la stratégie marketing et communication

RNCP37786BC02 - Elaboration du des plan(s) d'actions marketing opérationnel omnicanal

RNCP37786BC03 - Coordination des actions de communication 360° et multicanal

RNCP37786BC04 - Pilotage du des plan(s) d'actions marketing opérationnel et communication

## • TARIFS DE LA FORMATION

Coût de la formation : 6000 euros

Le coût doit obligatoirement être affiché, suivi des mentions ci-dessous :

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. 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

## • ENTREPRISES

Secteur marchands et tout type d'activités

PME le plus souvent, ETI et Grandes Entreprises dotées de missions marketing, communication et promotion de ventes

## • ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Afin de sécuriser le parcours des personnes en situation de handicap, nous mettons en œuvre les moyens d'adapter la prestation.

Locaux : accessibles aux personnes à mobilité réduite –

Réglementation ERP.

Service Handicap du CFA Jean Bosco : handicap@cfajeambosco.fr.

Référente Handicap UFA Baudimont : Isabelle Machu

Service Mobilité du CFA Jean Bosco : mobilite@cfajeambosco.fr.

## • TAUX DE LA DERNIÈRE SESSION DE FORMATION

### Nouvelle formation 2024-2025

Taux d'obtention des diplômes ou titres professionnels	Taux d'interruption en cours de formation	Taux d'insertion professionnelle à 6 mois	Taux de poursuite d'études
NC	NC	NC	NC

\*NC Non Concerné

## • VALEUR AJOUTÉE:

Accompagnements (point écoute),

Projets pédagogiques,

Réseaux et partenaires

Semaine professionnelle

Semaine Intensive

Plateau technique

La liste des formateurs de cette formation peut être communiquée sur demande



## COORDONNÉES

UFA BAUDIMONT

17 rue Saint Maurice – CS 40573

62008 ARRAS Cedex

03 21 16 18 00

**EXPERT MISE EN  
RELATION SERVICE  
DÉVELOPPEMENT  
A DU SECTEUR :**

Katia SAUS

**SERVICE  
DÉVELOPPEMENT  
UFA BAUDIMONT**

Ségolène MASSEUS