

BAC +3 CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION

Le Bac+3 en **Chargé(e) de Communication** est un programme d'études supérieures qui vise à former des professionnels polyvalents capables de **gérer des projets dans le domaine de la communication** digitale.

Ce diplôme se concentre sur les **aspects stratégiques, techniques et créatifs** nécessaires pour mener à bien des projets digitaux. Les diplômés de ce programme ont une solide compréhension des principes de gestion de projet, comprenant la planification, l'organisation, la budgétisation et la coordination des ressources pour mener à bien des initiatives digitales.

Ils **maîtrisent les outils et les stratégies de communication en ligne, y compris les réseaux sociaux, le marketing digital, le référencement (SEO), les campagnes publicitaires en ligne**, et savent comment les intégrer dans une stratégie de communication globale. Ils sont **capables de collecter et d'analyser des données** afin d'évaluer l'efficacité des campagnes digitales, **d'identifier les tendances du marché** et de réaliser une veille concurrentielle.



CONTACT

ISPAN LE HAVRE
99 rue du
Général Hoche
02.35.25.07.68





LES ORIENTATIONS

- Responsable communication
- Chargé(e) de communication
- Chef(fe) de projet communication
- Chargé(e) événementiel
- Community manager
- Social media

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il donne accès au titre certifié au RNCP 37052 de niveau 6 « Chargé(e) de Communication », date de l'enregistrement 23/11/2022 par ASSOCIATION SUP DE VINCI et permet de valider les compétences suivantes, en lien avec les attentes du marché :

■ BLOC 1 - PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE LA MARQUE EN TERME DE COMMUNICATION

Etudier les réalités d'un marché sur la base d'une analyse de la demande consommateur pour comprendre ce qui le touche aujourd'hui et ce qui l'affectera demain (au moyen d'études marketing, d'interviews d'experts et de focus groupes sur les consommateurs). Déterminer (ou prendre en compte) le territoire de la marque afin de définir le socle de la stratégie d'image et s'assurer de la pertinence des solutions créatives et de moyens qui en découlent. Apprécier l'impact des évolutions induites par la mise en place ou l'évolution de la plateforme de marque sur les équipes internes pour en anticiper les freins et réticences. Analyser l'impact de la marque au moyen des retours clients, avis de consommateurs, afin de recueillir des données sur les impacts de la marque.

■ BLOC 3 - COORDONNER ET MANAGER UNE ÉQUIPE DE PRODUCTION DE CONTENUS COM

Estimer les ressources nécessaires, les répartir au sein de l'équipe pour mener à bien le projet dans les délais impartis
Insuffler une dynamique créative au sein de son équipe et stimuler sa réflexion par des ateliers mixant différentes compétences afin de challenger ses membres. Arbitrer et veiller la satisfaction de l'équipe (écoute des besoins) afin de d'assurer un certain niveau d'autonomie combiné d'exigence
Assurer la coordination et la cohérence de la complémentarité du travail des différents membres de l'équipe pour assurer le bon déroulement du projet de communication

■ BLOC 2 - DÉPLOYER LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE

Analyser un brief et mettre en place une veille active et d'enquêtes terrain pour appréhender de manière exhaustive et précise les réalités d'un annonceur. Proposer des solutions de communication en respect des valeurs de la marque, de l'entreprise, du budget dédié et en fonction des freins et des motivations de la cible, pour en garantir la pertinence et l'efficacité. Mener un contrôle constant sur les campagnes de communication en cours de diffusion et apprécier leurs impacts sur les clients finaux pour aider et faciliter l'intervention des différents interlocuteurs (prestataire et équipes) dans la finalisation du plan de communication. Définir des risques d'impacts, au moyen d'indicateurs et de tableaux de suivi, afin de les anticiper et d'envisager des mesures correctives pour les projets de com envisagés. Elaborer des scénarii sur la base de données actives portant sur le client et ses besoins, la technologie, les nouveaux supports et les nouvelles tendances pour permettre une meilleure anticipation.

Prérequis : Titulaire d'un Bac+2. Objectifs : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie de la maque en terme de communication, Déployer la stratégie de communication de l'entreprise, Coordonner et manager une équipe de production de contenus com. Durée : 455 heures. Modalités et délais d'accès : recrutement sur entretien et test dès janvier, rentrée en septembre : Recrutement dès janvier, rentrée en septembre. Tarifs : 4950€ par an en Initial ou 0€ en Alternance (prise en charge par l'entreprise). Méthodes mobilisées : Présentiel et moyen informatique mise à disposition. Modalités d'évaluation : CCF, épreuves ponctuelles et examen final. Accessibilité : Accès au personne en situation de handicap.