CHARGÉ DE COMMUNICATION DIGITALE ET RSE

Titre certifié RNCP reconnu par l'État « Chargé de communication plurimédia" - Niveau 6 (Bac+3/+4) Contrat de professionnalisation ou d'apprentissage - 2 ans - délivré par Formatives

ALTERNANCES

INITIATION

CERT.

Ref. : 938073

Durée :
130 jours - 910 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 13600 € HT

Code Dokelio : 040279

www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34589/

Tarif :

- Contrat d'apprentissage : 13600€ - Montant pris en charge par l'OPCO de l'entreprise
- Contrat de professionnalisation : 13600€ - Montant pris en charge par l'OPCO de l'entreprise

Quelques chiffres :

- Taux d'obtention de la certification en 2022 : 94,5 %
- Taux d'apprentis certifiés en 2022 : 92,3%
- Taux et cause abandon en 2022 : 0 %
- Taux de satisfaction stagiaires* : 100 %
- Taux d'insertion** : 95 %
- Trajectoire d'évolution emploi à l'issue de la prestation **: Responsables et/ou Chargés de communication en agence ou chez l'annonceur ou statuts indépendants dans le secteur de la communication.

*Enquête réalisée en décembre 2022 sur la promotion 2022 auprès de 18 candidats au titre RNCP Chargé de communication et de relations presse. Taux de retour de l'enquête : 78%
**Enquête réalisée en décembre 2021 (étude réalisée 3 mois après la certification de la promotion 2021 auprès de 19 candidats. Taux de retour de l'enquête : 77%)

Afin d'obtenir la certification, il est obligatoire de valider les 3 blocs de compétences

OBJECTIFS

Le Chargé de communication digitale et RSE conçoit, déploie et pilote la stratégie de communication digitale de l'entreprise, en interne comme en externe, tout en y intégrant une démarche RSE et de développement durable. Spécialiste des techniques de la communication, du marketing et de la création de contenus digitaux, il crée des outils et des supports digitaux de communication, qu'il diffuse sur des canaux d'information numériques adaptés et dont il évalue la performance. Le Chargé de communication digitale et RSE est le référent, le spécialiste pluridisciplinaire de la diffusion des valeurs fortes de l'entreprise qu'il représente, sur Internet et sur les réseaux sociaux.

POUR QUI ?

- Jeunes de moins de 30 ans
- Demandeurs d'emploi de plus de 26 ans inscrits à Pôle Emploi
- Formation accessible aux personnes handicapées

PRÉREQUIS

- Bac ou équivalent de niveau 4, ou 2 ans d'expérience professionnelle.

- Toute autre candidature sera étudiée et soumise à la réussite des tests de niveau.
- Admission : CV, lettre de motivations, tests de connaissances et entretien pédagogique

ACCRÉDITATIONS

PROGRAMME

Bloc 1 - Contribuer à la stratégie de communication plurimédia

Module 1 : S'approprier les fondamentaux de la conception d'un plan de communication digitale

- Comprendre l'univers de la communication et des enjeux d'une stratégie de communication digitale
- Mettre en place une veille stratégique et concurrentielle en vue d'analyser les besoins du commanditaire

Module 2 : Appréhender la conception d'un plan de communication digitale et e-relations presse

- Concevoir un plan de communication : analyser la commande et réaliser un audit
- Formaliser le message entreprise, la problématique, choisir les cibles en interne comme en externe
- Appliquer la méthodologie de gestion de projet en vue de planifier, budgéter, évaluer les besoins techniques et humains en vue de mettre en œuvre ses actions de communication

Module 3 : La stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- Définir sa communication avec les médias digitaux : s'approprier les bases des relations de presse à l'ère du digital, connaître ses communautés et investir les réseaux sociaux

Module 4 : Les fondamentaux du marketing web au service d'une identité de marque forte

- Analyser et s 'approprier les fondamentaux du webmarketing
- Définir ses objectifs par cibles pour ajuster le message
- Développer une identité de marque forte et acquérir es fondamentaux de la stratégie Inbound

Module 5 : Être un rédacteur web efficace et gérer ses relations presse digitales :

- Acquérir les fondamentaux et les techniques de base de l'écriture journalistique Web adaptée à sa cible
- Appliquer les techniques et bonnes pratiques pour concevoir des contenus éditoriaux adaptés aux supports utilisés pour réussir sa newsletter, son article de blog, son post…
- Mettre en œuvre les fondamentaux du storytelling au service de sa marque
- Comprendre et mettre en œuvre les techniques de référencement SEO, SEA, SMO

- Maîtriser le contenu de sa ligne éditoriale (concevoir et déployer un calendrier éditorial..)

Bloc 2 - Concevoir un plan de communication 360

Module 6 : Maîtriser les nouveaux formats de contenus

- S'approprier, pratiquer les différents formats digitaux sur le web, des plateformes, des nouveaux réseaux sociaux (images, vidéo, animation, podcast.….

Module 7 : Analyser sa performance digitale et animer sa communauté

- Créer sa communauté, définir ses codes et les enrichir, la fidéliser
- Organiser la gestion de sa/ ses communauté/s
- S'initier aux outils d'analyse de trafic web (KPIS, viralité de ses contenus)

Module 8 : S'approprier les fondamentaux du graphisme et de la PAO

- Maîtriser les fondamentaux de la conception de supports visuels, de graphismes pertinents et lisibles en utilisant les logiciels de traitement d'images, de montage vidéo et audio, d'animation 2D / 3D, de motion design* ou de mise en pages, en vigueur pour les adapter au web et autres formats digitaux, réseaux et médias sociaux…
- Comprendre les clés de la Direction Artistique en vue d'analyser et réinterpréter les codes de graphisme contemporain

Bloc 3 - Piloter des actions de communications plurimédia

Module 9 : S'initier au webdesign

- Mettre en œuvre les outils et technologie de conception éditoriale d'un site web
- Se familiariser avec l'architecture technologique et le vocabulaire spécialisé
- Comprendre l'architecture d'un site et maitriser les fonctionnalités essentielles

Module 10 : Intégrer l'expérience Utilisateur dans la conception webdesign

- Spécificités du design Ui : composants d'interface et mise en page web
- Fondamentaux des bases de l'Ux design et de la recherche utilisateurs
- Gérer un projet Web selon les principes du webdesign et de la méthodologie du Design thinking

Module 11 : Collecter et utiliser les datas au service de sa communication digitale

- Connaître la réglementation en vigueur sur la gestion des données utilisateur
- Mettre en place les outils de collecte des datas et savoir les analyser
- Mettre en œuvre les leviers digitaux pour générer du trafic
- Protéger et sécuriser ses données dans le respect de la RGPD

Module 12 : Acquérir une maîtrise professionnelle de l'anglais

- S'approprier le vocabulaire professionnel de la communication digitale et RSE

Module 13 : Identifier, anticiper et gérer sa communication de crise digitale

Module 14 : Conduire une communication digitale en période de changement autour des axes de communication interne en mettant en œuvre une politique d'employee advocacy

Module 15 : Tests de fin d'année des Blocs de compétences 1, 2, et 3

Module 16 : Acquérir une maîtrise professionnelle de l'anglais

- Se familiariser avec les échanges et de la gestion de projets de communication digitale et responsable internationaux en anglais

Module 17 : S'approprier les fondamentaux de la communication RSE

- Participer à la définition des enjeux sociétaux et environnementaux de la stratégie de développement durable en respect du cadre réglementaire,
- Concevoir la stratégie de communication responsable et rédiger la charte RSE pour participer à la conception et au déploiement du plan d'actions de communication responsable
- Analyser les actions engagées et rédiger le rapport de développement durable de l'entreprise

Module 18 : Projets de groupe

Modules 19 et 20 : Apprentissages de la spécialisation en création de contenus et motion design

Modules 21 et 22 : Apprentissages de la spécialisation webdesign

Modules 23 et 24 : Apprentissages de la spécialisation communication d'influence et réseaux sociaux

Modules 24, 26 et 27 : Projet individuels de spécialisation

Modules 28 et 29 : Epreuves de certification

Modalités d'évaluation

- contrôle continu
- épreuves de certification finales
- entretiens pédagogiques individuels
- suivi du lien avec les entreprises

Afin d'obtenir la certification, il est obligatoire de valider les 3 blocs de compétences.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Rythme de l'alternance :

Ce cursus est réalisé intégralement en alternance au rythme de 6 semaines en entreprise et 2 semaines en formation au CFPJ.

Équipe pédagogique :

Un consultant expert et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.
Présentation interactive, rencontres avec des confrères, nombreux exercices pratiques, mises en situation, fonctionnement « en mode projet » , social learning.
Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est fourni.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap